The 100 ABSOLUTELY UNBREAKABLE LAWS of BUSINESS SUCCESS

100 QUY LUẬT BẤT BIẾN ĐỂ THÀNH CÔNG TRONG KINH DOANH

Biên dịch: Trần Bích Nga

BRIAN TRACY

NHÀ XUẤT BẢN TỔNG HỢP
THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH

Duong Kobo's Book Club

Tủ sách Kỹ thuật số
dành cho
Kindle & Kobo

SCAN TO JOIN

LỜI GIỚI THIỆU

Cách đây đã nhiều năm, tôi quyết định khởi đầu cuộc hành trình có chiều dài cả một đời người để tìm hiểu cách thức thế giới này vận hành và hoạt động. Trong hành trình này, tôi đã tìm thấy con đường của riêng mình trong việc bán hàng, sau đó là quản lý và cuối cùng là xây dựng công ty và tổ chức kinh doanh. Theo thời gian, tôi nhận thấy dường như tất cả mọi thành công trong kinh doanh đều ít nhiều liên quan đến những quy luật, nguyên tắc nhất quán và có thể dự đoán được. Tôi vốn tin rằng cuộc sống là món quà tuyệt vời nhất mà bạn được ban tặng.

Niềm tin ấy đã thôi thúc tôi dành nhiều năm liền tìm hiểu những cách thức giảm thiểu thời gian mưu cầu những mục tiêu vật chất và phi vật chất mà tôi tự đặt ra cho mình. Gần ba mươi năm qua, nhiệm vụ cuộc đời tôi vẫn vậy. Đó là giải phóng tiềm năng cá nhân bằng cách khơi gợi những ý tưởng, chiến lược giúp mọi người có được lợi ích hay phần thưởng như mong muốn theo cách nhanh nhất có thể. Và cuốn sách "100 quy luật bất biến để thành công trong kinh doanh" đã ra đời với tất cả những tâm huyết của tôi dành cho các bạn.

Bất kỳ quy luật nào trong cuốn sách này cũng có thể giúp bạn tiết kiệm thời gian đáng kể cũng như giúp bạn nhận ra toàn bộ khả năng tiềm ẩn của mình. Những quy luật này cũng giống như những quy luật của vật lý, toán học, cơ khí hay điện tử. Chúng đã được thử nghiệm qua thời gian, được chứng minh và áp dụng vào thực tế. Mục đích cuốn sách không bàn đến sức khỏe, gia đình, tình yêu, sự thăng trầm của số mệnh hay bất kỳ yếu tố nào tạo nên hạnh phúc và sự thỏa mãn cá nhân mà hoàn toàn chỉ đề cập đến những quy luật còn mãi với thời gian để thành công trong kinh doanh.

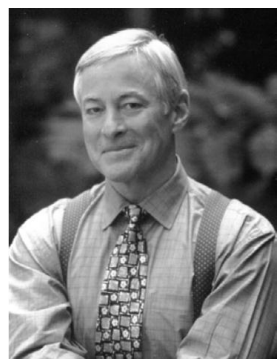
Khi đọc cuốn sách này, bạn hãy dành ít phút cho mỗi quy luật và đánh giá một cách trung thực cách hành xử cũng như thái độ của

bạn đối với quy luật đó. Sự hiểu biết sâu sắc hay một ý tưởng mới mà trước đây bạn chưa nhận ra có thể giúp bạn chuyển hướng cuộc đời mình. Và điều thiết yếu là bạn phải tuân thủ chúng một cách nhất quán để kết quả đạt được là tối ưu.

Khi áp dụng hài hòa 100 quy luật bất biến để thành công trong kinh doanh, chắc chắn bạn sẽ gặt hái được kết quả rõ rệt so với những ai không áp dụng. Bạn sẽ được tận hưởng cảm giác của thành công và hài lòng mà trước đây bạn chưa từng dám nghĩ đến. Và bạn sẽ đạt được nhiều hơn mà chỉ mất vài tháng hoặc vài năm trong khi rất nhiều người khác phải mất cả cuộc đời!

- Brian Tracy

CÂU CHUYỆN CUỘC ĐỜI CỦA TÁC GIẢ



Con đường khởi nghiệp của tôi ngay từ đầu đã không phải là một chặng đường suôn sẻ mà đầy những thử thách khó khăn. Vì gia đình luôn trong cảnh túng thiếu nên ngay từ khi mới mười một tuổi, tôi đã phải tự trang trải cuộc sống của mình bằng số tiền kiếm được từ các công việc làm thuê lặt vặt. Tôi buộc phải nghỉ học khi chưa tốt nghiệp trung học phổ thông và bắt đầu bươn chải với những công việc lao động chân tay. Vài năm sau đó, tôi bước chân vào nghề bán hàng. Công việc này thật sự không đơn giản như tôi từng nghĩ mà đòi hỏi bản thân tôi phải cố gắng rất nhiều. Sau một thời gian bươn chải với nghề mà vẫn chưa gặt hái được kết quả khả quan nào nên tôi quyết tâm tìm hiểu bí quyết thành công của những con người thành đạt mà tôi từng gặp và ngưỡng mộ. Và khi chủ động tìm kiếm, tôi mới thấy bí quyết thành công có ở khắp nơi, hiện diện ở những quy luật đơn giản mà trước kia tôi đã vô tình bỏ qua. Tôi thử áp dụng chúng vào cuộc sống của mình và ngạc nhiên khi nhận thấy những kết quả mà tôi đạt được có nhiều chuyển biến rõ rệt. Từng bước thành công đã đến với tôi.

Trong cuộc sống có một "quy tắc 10/90". Quy tắc này cho rằng 10% thời gian bạn đầu tư để tìm ra các quy luật cơ bản dẫn đến

thành công trong bất kỳ lĩnh vực nào sẽ tiết kiệm cho bạn 90% thời gian và nỗ lực cần thiết để đạt được những mục đích trong cùng lĩnh vực đó.

Ở tuổi ba mươi, tôi bắt kịp nền học vấn mà tôi đã phải bỏ dở trước kia. Tôi theo học chương trình MBA tại một trường đại học lớn. Suốt thời gian này, tôi đã đầu tư khoảng 4.000 giờ để nghiên cứu các quy luật kinh doanh. Tôi cũng đã đọc hàng trăm cuốn sách và bài báo tham khảo để tìm kiếm cái gọi là "bí quyết thành công".

Công việc đầu tiên của tôi sau khi tốt nghiệp là phụ trách xây dựng một đội ngũ bán hàng, Tôi đã tham khảo các chuyên gia, nghiên cứu tài liệu chuyên ngành, tham gia các khóa học về tuyển dụng và xây dựng các nhóm bán hàng đồng thời áp dụng những gì đã được học để tổ chức công việc. Trong vòng một năm, từ chỗ lang thang trên phố, bán hàng để hưởng hoa hồng trực tiếp, tôi đã xây dựng một lực lượng bán hàng gồm 95 người phụ trách sáu quốc gia đem lại doanh thu hàng triệu đô la mỗi năm.

Sau đó, khi tham gia lĩnh vực kinh doanh bất động sản, tôi đã phải nghiên cứu nhiều sách báo cũng như sẵn sàng dành hàng giờ đồng hồ trò chuyện với các chuyên gia kinh doanh bất động sản để học hỏi kinh nghiệm. Khi tôi mua được một mảnh đất với giá 100 đô la, tôi đã tự mình tổng hợp các bản phân tích, đề xuất tài chính cần thiết, tìm đối tác tài trợ dự án dài hạn và xúc tiến việc xây dựng. Một năm sau, mảnh đất giá 100 đô la của tôi đã trở thành khu trung tâm mua sắm cho thuê trị giá 3 triệu đô la.

Khi phụ trách việc nhập khẩu xe ô tô Nhật , tôi cũng làm theo cách tương tự và trong vòng một năm, tôi đã xây dựng được một mạng lưới gồm 65 đại lý và bán được một số lượng xe trị giá hơn 25 triệu đô la.

Khi trở thành giám đốc điều hành một công ty phát triển có tổng giá trị tài sản khoảng 265 triệu đô la, bằng kinh nghiệm của bản thân, tôi đã mạnh dạn bố trí lại đội ngũ nhân sự, tái tổ chức và thay đổi tiêu điểm công ty một cách toàn diện và đồng bộ, biến công ty từ tình trạng lộn xộn trở nên có lợi nhuận chỉ trong vòng chưa đầy một năm.

Kể từ đó, các công ty, tổ chức thường xuyên thuê tôi làm tư vấn và chuyên gia khắc phục sự cố. Cho dù hợp tác với công ty nào, tôi vẫn có thói quen nghiên cứu về công ty đó để tìm hiểu "các nguyên tắc thành công" của ngành nghề hay lĩnh vực mà họ đang kinh doanh rồi mới tiến hành áp dụng chúng. Kết quả là tôi đã có

thể tiết kiệm hay đem lại lợi nhuận cho khách hàng của mình hàng triệu đô la.

Sau đó tôi bắt đầu sắp xếp những ý tưởng và quy luật này thành những buổi nói chuyện, hội thảo và các chương trình huấn luyện cho các cá nhân và doanh nghiệp. Các chương trình này cũng đã được đưa vào giáo trình giảng dạy cho các doanh nghiệp khắp nước Mỹ và trên toàn thế giới, với 20 ngôn ngữ và tại 35 quốc gia. Nhờ vào nội dụng thiết thực, những chương trình này đã đem lại sự thành công. Những quy luật mà tôi đưa ra có thể giúp mọi người rút ngắn hành trình đến thành công. Càng kết hợp những quy luật này vào cách tư duy và ra quyết định hàng ngày, hiệu quả làm việc của bạn sẽ càng cao. Bạn sẽ thu hút và giữ chân được nhiều người tài; sản xuất và bán được nhiều hàng hóa, dịch vụ; kiểm soát chi phí hiệu quả; mở rộng và phát triển kinh doanh theo xu thế hợp thời hoặc ổn định việc tăng trưởng lợi nhuận...

Một điều không kém phần quan trọng là những quy luật này có vai trò trung lập, không tích cực cũng không mang tính tiêu cực. Chúng không chịu bất cứ sự tác động nào của niềm tin, sở thích hoặc mong muốn của bạn. Chúng là những quy luật bất biến. Vì vậy, phần lớn những thành công trong kinh doanh đều được giải thích bằng việc ứng dụng đồng bộ những quy luật này.

Tôi thường chia sẻ với khán giả của mình về việc sử dụng những quy luật này bằng một so sánh đơn giản. Tôi đặt câu hỏi: “Nếu các bạn mua một chiếc cối xay và mang nó về nhà, yếu tố nào sẽ quyết định lợi nhuận mà các bạn thu được từ chiếc cối xay đó?”. Rất nhanh chóng, nhiều khán giả trả lời rằng lợi ích mà họ sẽ nhận được tỷ lệ

thuận với tần số và thời gian sử dụng. Điều này cũng tương tự như khi bạn bắt đầu sử dụng các quy luật đã được thử nghiệm và chứng minh này vào việc kinh doanh của mình. Vấn đề không phải là liệu chúng có hiệu quả hay không, mà là bạn áp dụng chúng có chính xác và phù hợp không. Giống như chiếc cối xay, bạn càng áp dụng các quy luật này thường xuyên và nhất quán, chúng càng phát huy tác dụng, giúp bạn đạt được kết quả nhanh chóng hơn.

Mỗi khi bạn bắt gặp một ý tưởng hay trong cuốn sách mà bạn cho là có thể áp dụng vào công việc của mình, hãy quyết tâm thực hiện ngay. Đừng trì hoãn. Một hành động quyết đoán hay một quyết định đúng lúc có thể làm thay đổi cả cuộc đời bạn. Bạn chỉ cần quan tâm đến một câu hỏi: “Ý tưởng đó có hiệu quả không?”.

Tôi đảm bảo với bạn là chúng sẽ có hiệu quả hầu như ở khắp mọi nơi, mọi hoàn cảnh trong hệ thống kinh doanh hiện nay. Cuộc sống của bạn được song hành với các quy luật này càng thường xuyên, bạn càng hạnh phúc và thành đạt. Không có giới hạn nào cho việc vận dụng các quy luật này.

- Brian Tracy

Phần 1
CÁC QUY LUẬT CUỘC SỐNG

Trong cuộc sống, chắc hẳn bạn đã gặp rất nhiều người thành công với công việc lý tưởng, sự nghiệp luôn thăng tiến, thu nhập đáng mơ ước và có tầm ảnh hưởng mạnh mẽ. Và bạn cũng đã từng chứng kiến những người phải thay đổi nghề nghiệp liên tục, luôn trong tâm trạng lo lắng về tiền bạc và cảm thấy những đóng góp và nỗ lực lao động vất vả của mình đã không được đánh giá đúng mức. Như Henry David Thoreau đã nói: "Họ sống cuộc đời trong tuyệt vọng âm thầm".

Đã từ lâu, tôi luôn trăn trở với câu hỏi: "Tại sao có những người thành công hơn người khác? Yếu tố nào quyết định sự thành công trong cuộc sống?". Và tôi quyết tâm quan sát xung quanh để tìm câu trả lời cho những trăn trở bấy lâu của mình, tôi bất ngờ nhận ra rằng những người thành công không hẳn đã thông minh hay có tính cách vượt trội hơn tôi. Cũng có người rất khó gần và cách cư xử của họ đôi khi cần phải xem xét lại. Thậm chí, những ý tưởng và quan điểm của họ không phải lúc nào cũng là xuất sắc. Tuy nhiên, tôi không thể phủ nhận được là họ vẫn đang làm việc rất hiệu quả và được biết đến như những con người thành công.

Theo thời gian và trải nghiệm, tôi hiểu rằng mọi việc xảy ra không phải do ngẫu nhiên mà đều bắt nguồn từ những quy luật. Phần này sẽ trình bày trong năm quy luật cơ bản của cuộc sống có khả năng tác động đến sự thành công của mỗi chúng ta, trong đó có quy luật Nhân quả của Aristotle. Quy luật này cũng chính là khám phá vĩ đại và bước đột phá đầu tiên của tôi khi đi tìm bản chất thật sự của sự thành công. Vào thời mà con người đều tin rằng số mệnh của mình được định đoạt bởi các vị thần trên đỉnh núi Olympus, thì Aristotle đã đưa ra một quan điểm hoàn toàn khác biệt góp phần thay đổi nhận thức của chúng ta về thế giới và cuộc sống.

QUY LUẬT NHÂN QUẢ

Mọi việc xảy ra trong cuộc sống đều bắt nguồn từ một lý do cụ thể.

Triết gia Aristotle đã khẳng định rằng thế giới chúng ta đang sống được chi phối hoàn toàn bằng những quy luật chứ không phải bằng định mệnh may rủi. Theo ông, mọi sự việc xảy ra đều có lý do cụ thể và mọi hành động đều phản ảnh một loại kết quả nào đó bất kể nhận thức hay mong muốn của chúng ta.

Đây là một quy luật vô cùng quan trọng, là "quy luật bất biến" của tư tưởng và triết học phương Tây. Tìm kiếm không ngừng về chân lý và các mối quan hệ nhân quả trong các sự việc đã làm phương Tây phát triển mạnh mẽ về khoa học, kỹ thuật, y học, triết học và thậm chí chiến tranh trong hơn hai ngàn năm qua. Ngày nay, quy luật này đang là tâm điểm thúc đẩy những tiến bộ công nghệ làm thay đổi thế giới rõ rệt.

Quy luật này cho rằng thành tựu, của cải, hạnh phúc, sự thịnh vượng và thành công trong cuộc sống cũng như trong kinh doanh đều là hệ quả trực tiếp hay gián tiếp hoặc là kết quả của những hành động cụ thể. Điều này có nghĩa rằng bạn có thể đạt được thành quả như mong muốn nếu bạn nhận diện được mục tiêu rõ ràng. Nếu nỗ lực tìm hiểu và học hỏi sự thành công từ những người đi trước, chắc chắn bạn sẽ đạt được thành công tương tự.

Thành công không phải là ngẫu nhiên

Thành công không đến với bạn một cách tình cờ may mắn hay như một phép nhiệm màu. Mọi việc xảy ra đều có nguyên nhân, dù là tốt đẹp hoặc không như mong muốn, dù tích cực hoặc tiêu cực. Isaac Newton nhận định: "Bất kỳ hành động nào cũng dẫn đến một phản ứng tác động ngược lại với mức độ tương đương". Còn đối với chúng ta, cách diễn đạt chung nhất cho quy luật này là: "Tư duy là nguyên nhân, còn điều kiện là kết quả". Nói cách khác, tư duy là sức mạnh mang tính sáng tạo quan trọng nhất trong cuộc sống. Bạn xây dựng toàn bộ thế giới của mình theo cách bạn suy nghĩ và đặt vấn đề về cuộc sống. Giá trị, ý nghĩa của con người, sự việc và tình huống xảy ra xung quanh đều phụ thuộc vào suy nghĩ của bạn. Chính vì vậy, khi bạn thay đổi suy nghĩ cũng có nghĩa là bạn thay đổi cuộc đời mình, đôi khi sự thay đổi này chỉ diễn ra trong thoáng chốc.

Nguyên tắc quan trọng nhất để thành công chỉ gói gọn trong một

câu đơn giản: bạn nghĩ mình như thế nào thì bạn sẽ trở nên như thế. Điều này hầu như chính xác trong mọi trường hợp. Rõ ràng, không phải những gì xảy đến với bạn mà chính cách bạn suy nghĩ về những gì xảy ra sẽ quyết định cách phản ứng hay cảm nhận của bạn. Không phải thế giới bên ngoài quyết định điều kiện hay hoàn cảnh sống, mà chính thế giới nội tâm mới là yếu tố tạo ra hoàn cảnh cuộc đời.

Bạn có quyền lựa chọn cuộc đời của mình

Quyền tự do lớn nhất của con người là quyền được lựa chọn cuộc sống. Không ai đủ quyền năng buộc bạn phải suy nghĩ, cảm nhận hay hành động theo cách mà bạn không mong muốn. Mọi cảm xúc và cách cư xử của bạn hoàn toàn bắt nguồn từ cách bạn suy nghĩ, nhận thức về thế giới xung quanh và về những gì đang xảy ra. Tiến sĩ Martin Seligman của Đại học Pennsylvania gọi cách phản ứng này là "phong cách diễn giải" - cách bạn diễn đạt hay giải thích sự việc xảy ra. Phong cách diễn giải này nằm trong tầm kiểm soát của bạn và có thể đạt được thông qua quá trình học hỏi. Bạn có thể diễn giải sự việc theo cách khiến bản thân thấy vui vẻ và lạc quan thay vì tức giận và thất vọng. Bạn có thể quyết định phản ứng mang tính xây dựng và tích cực thay vì bi quan, yếm thế. Tất cả tùy thuộc vào bạn.

Suy nghĩ và cảm xúc của con người luôn thay đổi và chịu tác động nhanh chóng bởi các sự kiện xung quanh. Ví dụ, khi nhận được một tin tốt lành, bạn lập tức có thái độ hân hoan, vui vẻ, lạc quan. Ngược lại, nếu nhận được tin xấu, ngay lập tức bạn sẽ trở nên khó chịu, buồn phiền và nóng nảy, ngay cả khi đó là tin không chính xác hay sai sự thật. Như vậy, cách bạn diễn giải sự việc cho bản thân sẽ quyết định phần lớn cách phản ứng của bạn.

Bốn quy luật cơ bản

Bốn quy luật cơ bản là Quy luật Niềm tin, Quy luật Kỳ vọng, Quy luật Hấp dẫn và Quy luật Tương thích. Chúng là những quy luật phụ bắt nguồn trực tiếp từ luật Nhân quả và làm nền tảng cơ bản cho tất cả các quy luật trong cuốn sách này cũng như cho những gì chúng ta đang trải nghiệm. Hạnh phúc trong cuộc sống và thành công trong kinh doanh đều xuất phát từ việc bạn hiểu biết và chung sống hài hòa với bốn quy luật này.

2

QUY LUẬT NIỀM TIN

Những gì bạn thực sự tin tưởng bằng tất cả cảm xúc sẽ trở thành hiện thực.

Niềm tin chính là bộ lọc lựa chọn thông tin và chỉ lối cho mọi hành động. Bạn không nhất thiết phải tin những gì mình thấy, nhưng bạn thường có xu hướng thấy những gì bạn đã tin. Bạn cũng thường loại bỏ những thông tin trái ngược với những gì bạn đã tin tưởng mà không xem xét liệu niềm tin và thành kiến của bạn có dựa trên sự thật khách quan hay chỉ là cảm nhận chủ quan.

Thành kiến nghĩa là vội vàng đánh giá, đi đến kết luận trái ngược trước bất kỳ thông tin nào, hoặc thậm chí bất chấp thông tin. Để thành công, bạn cần phải biết kiềm chế việc đánh giá con người hay hoàn cảnh cho đến khi có đầy đủ thông tin. Quan trọng hơn hết, bạn phải kiềm chế việc vội vàng xét đoán bản thân cũng như những suy nghĩ có tính chất "thu hẹp". Điều này thường xảy ra khi bạn cho rằng mình bị hạn chế về một mặt nào đó. Ví dụ, khi bạn nghĩ rằng mình kém cỏi, không có năng lực, không giỏi giang như những người khác cũng chính là lúc bạn đang để bản thân rơi vào cái bẫy thông thường là tự chấp nhận những mục tiêu thấp hơn rất nhiều so với khả năng thực tế của mình.

Việc "thu hẹp bản thân" này cũng giống như những chiếc phanh kìm hãm tiềm năng và tạo ra hai kẻ thù lớn nhất cho sự thành công : sự hoài nghi và sợ hãi. Chúng làm bạn ngại đón nhận sự mạo hiểm có tính thử thách, vốn rất cần thiết để bạn thể hiện đúng năng lực của mình. Vì vậy, bạn cần phải kiên quyết loại bỏ bất kỳ suy nghĩ hay ý kiến "thu hẹp" nào và trong mọi trường hợp, hãy tin rằng những gì người khác làm được thì bạn cũng làm được.

Khi còn trẻ, tôi phải sống trong điều kiện khó khăn, tôi đã từng mắc kẹt với những ý nghĩ tiêu cực rằng những người khác làm tốt hơn mình hẳn phải thông minh tài giỏi hơn. Tôi nghiễm nhiên kết luận tôi kém giá trị hơn họ. Niềm tin sai lầm này đã kìm hãm bản thân tôi trong nhiều năm liền.

Sự thật là không ai tài giỏi hơn hay thông minh hơn bạn. Nếu có, phần lớn đó là những người biết cách phát triển khả năng và tài năng thiên bẩm của mình nhiều hơn bạn mà thôi. Họ đã tìm hiểu Luật Nhân quả và sớm áp dụng vào cuộc sống cũng như công việc. Trong phạm vi nhất định, bạn cũng có thể làm được bất kỳ điều gì mà những người đó đã làm, chỉ cần bạn có lòng nhiệt thành và sự ham học hỏi.

3

QUY LUẬT KỲ VỌNG

Những gì bạn mong đợi với tất cả sự tự tin sẽ trở thành lời tiên tri hoàn thành ước nguyện của riêng bạn.

Khi bạn suy nghĩ và diễn đạt về các sự kiện sẽ xảy đến cho bản thân cũng là lúc bạn hành động như một nhà tiên tri dự đoán cuộc đời mình. Khi bạn tự tin mong đợi những điều tốt đẹp thì những điều tốt đẹp thường đến với bạn. Khi bạn nghĩ về một điều tiêu cực xảy ra, bạn sẽ phải đón nhận điều tiêu cực đó. Hơn nữa, những kỳ vọng của bạn cũng có tác động nhất định đến những người xung quanh. Những gì bạn mong đợi từ con người và tình huống quyết định thái độ của bạn nhiều hơn bất kỳ yếu tố nào khác và mọi người như một tấm gương phản chiếu phản ánh thái độ của bạn ngay sau đó, bất kể là thái độ tích cực hay tiêu cực.

Trong nhiều năm liền, Tiến sĩ Robert Rosenthal của Đại học Harvard đã tiến hành các thí nghiệm có kiểm soát để thử nghiệm khả năng kỳ vọng của giáo viên đối với việc học tập của sinh viên. Trong cuốn sách tâm đắc của mình – Pygmalion(1) in the Classroom , ông kể nhiều trường hợp trong đó các giáo viên khi mới nhận lớp đã được nhà trường thông báo rằng lớp họ phụ trách có một hoặc nhiều sinh viên vô cùng thông minh, hy vọng sẽ tạo ra những bước đột phá về thành tích học tập trong năm tới. Cho dù những sinh viên này được chọn ngẫu nhiên từ số đông sinh viên của toàn trường, nhưng khi được các giáo viên đặt nhiều kỳ vọng, các em đã nỗ lực học tập và đạt kết quả cao hơn so với các sinh viên khác cùng lớp và cao hơn rất nhiều so với thành tích các năm học trước đây của mình.

(1) Trong thần thoại Hy Lạp, Pygmalion là một nhà điêu khắc tài ba. Có lần, Pygmalion chọn một viên đá lớn để tạc tượng một người con gái. Khi làm xong, ông thấy bức tượng của mình quá đẹp nên đem lòng say mê. Pygmalion đã cầu xin nữ thần Aphrodite (Venus) cho tượng đá biến thành người thật. Nữ thần xúc động trước lời cầu xin khẩn thiết ấy nên đã đồng ý. Thế là Pygmalion lấy bức tượng đã hóa thành người làm vợ và hai người sống với nhau hạnh phúc trọn đời.

4

QUY LUẬT HẤP DẪN

Bạn như một thỏi nam châm hút vào cuộc sống của mình mọi con người, mọi hoàn cảnh và mọi tình huống hài hòa với những suy nghĩ

chủ đạo của bạn.

Quy luật Hấp dẫn đã xuất hiện từ thời Ai Cập cổ đại cách đây 3.000 năm trước Công nguyên và là một trong những quy luật nền tảng giải thích sự thành công và thất bại trong kinh doanh cũng như trong cuộc sống. Quy luật này có sức tác động mạnh mẽ đến mọi hành động, lời nói, thậm chí cả những suy nghĩ và cảm nhận của bạn. Bạn như một thỏi nam châm, hút vào cuộc sống của mình mọi con người, mọi hoàn cảnh và mọi tình huống hài hòa với những suy nghĩ chủ đạo trong bạn. Suy nghĩ của bạn như một dạng năng lượng tinh thần chuyển động theo tốc độ ánh sáng. Chúng có khả năng xuyên qua bất kỳ rào cản nào. Đó là lý do tại sao đôi khi bạn đang nghĩ đến một người ở rất xa và chỉ một lát sau bạn nhận được điện thoại hay thư từ người đó. Trong trường hợp này, suy nghĩ của bạn đã được kết nối với người đó vào chính khoảnh khắc mà bạn nghĩ đến họ.

Các tổ chức phát triển sản phẩm, quy trình, dịch vụ và cách thức kinh doanh để thu hút khách hàng, nhân viên, nhà cung ứng, nhà đầu tư và những tình huống kinh doanh hòa hợp với tiêu chí kinh doanh chủ đạo của tổ chức. Mỗi nhân tố bên trong và bên ngoài tổ chức là một loại nhạc cụ cùng hòa nhịp tạo nên một dàn nhạc giao hưởng vĩ đại và tiêu chí kinh doanh chính là "người nhạc trưởng" chi phối dàn nhạc ấy.

Khi công việc trong tổ chức không được suôn sẻ, cách nhanh nhất để mang lại sự thay đổi là đưa vào một người mới có khả năng thay đổi cách suy nghĩ và cảm nhận của mọi người về bản thân cũng như về những công việc họ đang làm. Giá trị mới, tầm nhìn mới, chiến lược mới và chính sách mới đối với khách hàng cũng như trong nội bộ sẽ mang đến những đổi thay nhanh chóng và sâu sắc.

5

QUY LUẬT TƯƠNG THÍCH

Thế giới bên ngoài phản ánh thế giới nội tâm và tương thích với chiều hướng tư duy chủ đạo của bạn.

Đây là một quy luật đặc biệt giải thích nguồn gốc của may mắn và bất hạnh, thành công và thất bại, điều vĩ đại và thấp kém trong cuộc đời.

Thế giới bên ngoài phản ánh thế giới nội tâm ở mọi khía cạnh. Bất cứ sự kiện nào xảy đến với bạn đều tương thích với một điều gì đó

bên trong con người bạn. Đôi khi sự tương thích này được gọi là sự "tương đương về tinh thần". Bạn cần phải nuôi dưỡng sự tương đương về mặt tinh thần với những gì bạn muốn trải nghiệm ở thế giới bên ngoài. Trong thực tế, bạn không thể đạt được mục tiêu nếu tâm trí của bạn chưa nhận thức rõ ràng về mục tiêu đó. Do đó, nếu muốn thay đổi và cải thiện bất kỳ điều gì trong cuộc sống, bạn phải bắt đầu bằng việc thay đổi tâm trí của mình.

Có thể ví cuộc đời bạn như một chiếc gương 360 độ. Bất kỳ bạn nhìn nơi đâu, bạn cũng sẽ thấy hình ảnh của mình. Mở rộng hơn, những mối quan hệ sẽ phản ánh bản chất thật sự của bạn cũng như thái độ, sức khỏe và điều kiện vật chất sẽ phản ánh cách bạn tư duy.

Thế nhưng, không phải ai cũng dễ dàng chấp nhận thực tế này. Hầu như tâm lý mọi người đều nghĩ rằng các vấn đề trong cuộc sống của họ là do người khác và hoàn cảnh bên ngoài gây ra. Họ muốn người khác thay đổi nhưng họ lại không muốn thay đổi chính bản thân mình.

Bạn chỉ có khả năng kiểm soát một điều duy nhất - đó chính là suy nghĩ. Và khi đã hoàn toàn kiểm soát được mọi suy nghĩ, bạn sẽ kiểm soát được những lĩnh vực khác trong cuộc sống. Hãy trở thành người kiến trúc sư hoàn hảo cho cuộc đời của bạn, bắt đầu bằng những suy nghĩ tích cực và lạc quan.

Mọi quy luật kinh doanh mà bạn sẽ tìm hiểu trong cuốn sách này được mở rộng một cách lô-gíc từ Quy luật Nhân quả, kết hợp với Quy luật Niềm tin, Quy luật Kỳ vọng, Quy luật Hấp dẫn và Quy luật Tương thích. Những quy luật này chứa đựng một thông điệp thật đơn giản: Khi thay đổi chất lượng tư duy, chất lượng cuộc sống của bạn sẽ thay đổi theo. Vì khả năng tư duy của bạn không có giới hạn nên những điều tốt đẹp mà bạn sẽ được hưởng trong cuộc đời cũng sẽ vô hạn. Tất cả đều hoàn toàn tùy thuộc vào bạn.

Phần 2
CÁC QUY LUẬT THÀNH CÔNG

Giữa thành công và thành tựu có sự khác biệt. Thành công là cảm giác hài lòng, hạnh phúc với những gì đang có. Thành tựu là đạt được những mục tiêu mong muốn. Thành tựu đòi hỏi khả năng xác định mục tiêu, lập kế hoạch hành động và thực hiện theo những kế hoạch này. Để đạt được thành tựu, bạn cần phải vượt qua nhiều thử thách và khó khăn để tiến đến mục tiêu đã định. Điểm chung giữa thành công và thành tựu là cả hai đều xuất phát từ việc quyết định chính xác những gì bạn muốn. Mọi động lực thúc đẩy cần phải có "động cơ". Động cơ càng rõ ràng, mạnh mẽ; khả năng bạn đạt được chúng sẽ nhanh chóng và hiệu quả hơn.

Trong tâm trí bạn luôn có một cơ chế điều khiển và tìm kiếm mục tiêu. Một khi bạn đã lập trình một mục đích hoặc ước muốn, tiềm thức trong bạn sẽ đảm nhận nhiệm vụ lèo lái mọi hành động giúp bạn đạt được mục tiêu, bất kể mục tiêu đó là gì. Và một điều đặc biệt hơn cả là hầu như bạn có thể đạt được mọi mục tiêu. Những mục tiêu đơn giản thì dễ đạt được, chẳng hạn như về nhà sớm vào buổi tối để xem một bộ phim trên truyền hình, hay dành tiền để mua thêm một vật dụng mới... Còn những mục tiêu lớn hơn, như tìm được một công việc như ý, trở nên giàu có, nổi tiếng hay tạo dựng uy tín với những người xung quanh, cuối cùng cũng sẽ đạt được chỉ cần bạn luôn cam kết theo đuổi mục tiêu đến cùng.

Chìa khóa để kích hoạt các quy luật thành công là bạn phải hiểu rõ mong muốn của bản thân. Cũng giống như việc bạn không thể xây dựng một ngôi nhà mà không có bản vẽ, bạn không thể tạo dựng một cuộc sống tốt đẹp nếu không có một danh sách rõ ràng những mục tiêu cần đạt được và một kế hoạch hành động cụ thể để đạt được những mục tiêu này. Bạn có tin rằng trong cùng một khoảng thời gian, khả năng thành công của những người biết đặt

ra mục tiêu và kế hoạch thực hiện cụ thể cao hơn gấp mười lần so với những người không có mục tiêu rõ ràng? Điều đó chính là sự thật! Vì thế, ngay từ bây giờ, bạn hãy viết ra giấy những mục tiêu bạn mong muốn đạt được trong vòng 3 đến 5 năm tới. Hầu hết mọi người đều xem nhẹ việc này nhưng chính hành động liệt kê này sẽ góp phần thay đổi cuộc đời bạn. Khi ấy, bạn đã trở thành một người hoàn toàn khác. Thái độ của bạn đối với bản thân và tương lai sẽ thay đổi theo chiều hướng tích cực. Bạn cảm thấy tự tin và lạc quan hơn. Bạn cảm thấy mình đang chỉ huy và điều khiển cuộc đời mình. Hơn nữa, khi những mục tiêu và kế hoạch ở dạng văn bản, khả năng đạt được chúng sẽ tăng lên gấp mười lần, tức là khoảng 1.000%.

Những quy luật thành công sau đây đã được khám phá, thử nghiệm và chứng minh qua thời gian. Bạn hãy thử áp dụng chúng vào công việc kinh doanh và cuộc sống của mình, chắc chắn bạn sẽ ngạc nhiên về kết quả đạt được.

6

QUY LUẬT ĐIỀU KHIỂN

Bạn sẽ cảm thấy tự hào về bản thân khi nhận ra rằng bạn đang điều khiển cuộc sống của chính bạn.

Chuyên ngành tâm lý từ lâu đã nhìn nhận vai trò quan trọng của sự chủ động trong việc hình thành tính cách và năng lực con người. Thuật ngữ mà các nhà tâm lý học sử dụng là vị trí điều khiển (locus of control). Nếu bản thân bạn có thể tự chịu trách nhiệm về những quyết định liên quan đến cuộc sống của mình, bạn đã có "vị trí điều khiển từ bên trong". Nếu bạn cảm thấy suy nghĩ, hành động của bạn thường xuyên bị chi phối, kìm hãm bởi nhiều yếu tố như cấp trên, áp lực tài chính, quá khứ tuổi thơ, sức khỏe,... nghĩa là bạn có "vị trí điều khiển từ bên ngoài". Những người có vị trí điều khiển từ bên trong thường chủ động lèo lái con tàu cuộc đời và biết thể hiện năng lực tối ưu. Ngược lại, những người có vị trí điều khiển từ bên ngoài thường có hiệu suất làm việc kém hơn hẳn.

Hệ quả thứ nhất: Thay đổi là điều tất yếu.

Thay đổi không chỉ là điều tất yếu mà còn là điều không thể tránh được. Thay đổi thường mang tính gián đoạn, không thể dự đoán và ảnh hưởng đến mọi lĩnh vực của cuộc sống.

Hầu hết mọi người đều không mong muốn sự thay đổi. Họ có xu

hướng tìm cách né tránh sự thay đổi dưới bất kỳ hình thức nào, cho dù đó là những thay đổi tích cực. Điều này giải thích tầm quan trọng của việc xác lập mục tiêu. Mục tiêu cho phép bạn điều khiển phương hướng thay đổi và đem lại cho bạn cảm giác tích cực về hạnh phúc và năng lực bản thân.

Hệ quả thứ hai: Thay đổi khi được kiểm soát sẽ đem lại những thành tựu lớn hơn so với thay đổi không được kiểm soát.

Bằng cách chủ động thực hiện công việc nhằm hoàn thành các mục tiêu quan trọng nhất, bạn sẽ cảm thấy hài lòng và có ý thức tích cực hơn về bản thân, đồng thời tăng hiệu suất làm việc.

Hệ quả thứ ba: Để điều khiển được cuộc đời, bạn phải bắt đầu bằng việc điều khiển tâm trí.

Khả năng suy nghĩ và xác định mục tiêu và kết quả bạn mong ước chính là điểm khởi đầu cho hạnh phúc và thành đạt. Những người thành đạt và hạnh phúc thường chỉ suy nghĩ và nói về những điều họ muốn. Theo những quy luật cuộc sống, bất cứ điều gì bạn suy nghĩ và nhắc đến thường xuyên sẽ xuất hiện trong cuộc đời bạn. Hãy luôn nhớ rằng việc bạn ở đâu và bạn là ai là do chính bản thân bạn, do những lựa chọn và quyết định của riêng bạn. Nếu không thỏa mãn với hoàn cảnh của mình, bạn hoàn toàn có quyền tạo ra sự khác biệt và đưa ra những lựa chọn, hoặc quyết định tốt hơn.

7

QUY LUẬT NGẪU NHIÊN

Cuộc sống là một chuỗi sự kiện xảy ra một cách ngẫu nhiên.

Quy luật này liên quan nhiều đến yếu tố tâm lý, phản ánh sự chấp nhận hiển nhiên của con người trước những sự việc. Một khi bạn đã tin vào điều gì đó thì dù cho điều đó hoàn toàn sai, bạn vẫn cứ suy nghĩ và cảm nhận theo niềm tin của bạn.

Hệ quả:

Khi bạn thất bại trong việc lập kế hoạch cũng chính là khi bạn đang lên kế hoạch để thất bại.

Chắc chắn không ai cố tình lập kế hoạch để thất bại và cũng không ai mong muốn sẽ sống một cuộc đời đầy thất vọng và chán nản. Tuy nhiên, vì không biết định hướng, không xác lập mục đích sống nên một số người đã để cuộc đời buông xuôi theo

những rủi may của số phận. Khi ấy, họ đang sống một cách vô thức, bị động theo quy luật Ngẫu nhiên. Rồi sau đó, cuộc sống của họ sẽ xuất hiện hàng loạt chuỗi sự kiện ngẫu nhiên hầu như không thể kiểm soát được. Những người sống theo quy luật Ngẫu nhiên thường biện minh cho cách sống của mình theo kiểu: "Anh không đấu tranh nổi với thị trường này đâu!", "Vấn đề không phải là bạn biết cái gì mà là bạn biết ai!", "Thành công chỉ là vấn đề đúng nơi đúng lúc!", v.v. Những người này rất tin vào số phận, họ cho rằng thành công chủ yếu là do hoàn cảnh và may mắn, do đó họ không làm gì cả mà chỉ chờ đợi vận hội lớn đến với mình.

Trong một cuộc khảo sát, 63% những người được hỏi nói rằng: họ tin cách duy nhất để về hưu mà vẫn có thể độc lập về tài chính là trúng số. Điều này minh chứng cho thực tế rằng nhiều người nghĩ cuộc sống tài chính của họ chỉ đơn giản là một canh bạc lớn của may rủi.

Những người sống theo quy luật Ngẫu nhiên thường có xu hướng tiêu cực, bi quan, lệ thuộc vào người khác và khó khăn trong việc kiểm soát cuộc đời mình. Họ liên tục đổ lỗi cho những vấn đề mà họ gặp phải. Trong công việc, họ thường mắc sai lầm, không thể hiện hết khả năng của mình. Còn trong cuộc sống, họ hiếm khi kiềm chế được bản thân trước những cám dỗ đời thường.

Để thay đổi cách sống này, điều tiên quyết là bạn phải xác lập mục tiêu. Điều này mang lại cho bạn một cảm giác quyền lực, sống có định hướng, giúp bạn có trách nhiệm với cuộc đời và khiến bạn cảm thấy tự hào về bản thân. Đó cũng là lý do tại sao kỹ năng lập mục tiêu là kỹ năng chính yếu quyết định sự thành công và hạnh phúc. Kỹ năng này sẽ đưa bạn vào vị trí của người điều khiển, nắm quyền kiểm soát tối cao cho cuộc đời bạn.

8

QUY LUẬT TRÁCH NHIỆM

Bạn hoàn toàn chịu trách nhiệm về việc mình là người như thế nào, trở thành người ra sao và đạt được những gì.

Trong phần lớn trường hợp, cách suy nghĩ sẽ quyết định con người, tính cách, sự nghiệp và cả hạnh phúc cũng như thành công của bạn. Bạn phải chấp nhận và có trách nhiệm với những gì xảy đến cho cuộc sống vì đó là hệ quả từ chính những lựa chọn của bạn.

Khái niệm "trách nhiệm cá nhân" là một vấn đề quan trọng trong

cuộc sống và xã hội. Có hai trường phái tư duy cơ bản về vấn đề này. Một trường phái cho rằng con người không thực sự chịu trách nhiệm về bất cứ điều gì. Những gì không may xảy đến là do tác động của những yếu tố khách quan bên ngoài như thời cơ, xã hội, chính phủ,... Ngược lại, một trường phái tư duy khác tin rằng trong một xã hội tự do thì trách nhiệm của cá nhân là tuyệt đối, tất cả mọi người đều phải chịu trách nhiệm về những hành động hay cách ứng xử của mình. Đây là điều cốt yếu và không thể tránh khỏi. Bạn chỉ có thể đạt được những tiến bộ vượt bậc trong cuộc sống khi có tinh thần trách nhiệm cao kết hợp với thái độ cởi mở và chấp nhận học hỏi. Điều thú vị là khi bạn biết chấp nhận trách nhiệm và thường xuyên nhìn lại bản thân thì sẽ có nhiều người sẵn sàng giúp đỡ bạn. Ngược lại, khi bạn thoái thác trách nhiệm và đổ lỗi cho người khác thì sẽ chẳng có ai muốn hợp tác cùng bạn.

Hệ quả thứ nhất: Bạn luôn tự do chọn lựa những suy nghĩ và hành động của mình.

Dù bạn đang ở bất cứ nơi đâu và làm bất cứ điều gì, đó đều là do sự lựa chọn của chính bạn. Vị thế và con người hiện tại của bạn là chiếc gương phản chiếu những hành động và cách cư xử trước kia. Dù muốn hay không, bạn luôn phải chịu trách nhiệm với những gì đã làm trong quá khứ cũng như sẽ làm trong tương lai.

Hệ quả thứ hai: Trách nhiệm bắt đầu bằng việc kiểm soát hoàn toàn những gì hiện diện trong tâm thức.

Suy nghĩ sẽ quyết định và chi phối thực tế cuộc sống. Vì vậy, bạn hãy kiểm soát suy nghĩ và hoàn toàn tập trung vào mục tiêu để xây dựng sự tự chủ, tự kiểm soát và năng lực cá nhân.

Hệ quả thứ ba: Sẽ không có ai chịu trách nhiệm thay cho bạn.

Nếu muốn cuộc sống trở nên tốt đẹp hơn, bản thân bạn cũng phải thay đổi theo chiều hướng tích cực hơn. Nếu muốn cải thiện kết quả, trước hết bạn phải cải thiện những hạt giống suy nghĩ mà bạn dự định gieo trồng.

Phần thưởng tuyệt vời nhất mà bạn có được khi biết tự chịu trách nhiệm là cảm giác hài lòng về bản thân, làm chủ cuộc đời và tự do tuyệt đối. Việc chịu trách nhiệm cũng sẽ giúp bạn vượt ra khỏi khuôn khổ của Quy luật Ngẫu nhiên, hướng bạn đến những thành quả to lớn, cho phép bạn đặt chân lên nút tăng tốc để thể hiện tối ưu tiềm năng và nhanh chóng đạt được những mục tiêu quan

trọng của bản thân.

9

QUY LUẬT ĐỊNH HƯỚNG

Những người thành đạt luôn ý thức rõ ràng về mục tiêu và định hướng cuộc sống.

Lloyd Conant, nhà sáng lập Nightingale Conant Corporation(1) , đã có hơn năm mươi năm làm việc và nghiên cứu về những con người thành đạt trong cuộc sống. Ông đã rút ra kết luận rằng: *"Thành công là mục tiêu chính yếu, còn tất cả những thứ khác chỉ là yếu tố bổ sung".*

(1) Công ty lớn của Mỹ chuyên sản xuất và phân phối những chương trình CD & VCD về những vấn đề liên quan đến cuộc sống, giúp con người khai thác tối đa năng lực bản thân và vươn đến thành công, hạnh phúc.

Khả năng lập mục tiêu cụ thể trong mọi lĩnh vực là yếu tố chi phối mạnh mẽ nhất đồng thời cũng là điểm khởi đầu giúp bạn đứng vững trên những nấc thang thành công. Khi tâm trí đã tập trung hoàn toàn vào mục tiêu, bạn sẽ dễ dàng đưa ra những quyết định chính xác cũng như xác lập mức độ ưu tiên sao cho phù hợp với những mục tiêu đó. Hơn nữa, càng dành thời gian thực hiện những mục tiêu quan trọng nhất, khả năng gặt hái thành công của bạn sẽ ngày càng cao. Qua đó, bạn sẽ có cảm nhận tốt hơn về bản thân, sẽ thấy mình là người chiến thắng và tự tin đặt ra nhiều mục tiêu thử thách hơn. Điều quan trọng là bạn sẽ luôn trong tư thế tiến lên phía trước để đón nhận mọi điều trong cuộc sống.

Chìa khóa mở cánh cửa thành công

Có lần, sau một cuộc hội thảo ở Minneapolis, một doanh nhân đã đến làm quen và kể cho tôi nghe bước ngoặt thay đổi lớn trong cuộc sống của ông. Ông cùng gia đình sống tại một trang trại ở ngoại ô Minneapolis. Trước đây, ông luôn làm việc theo ngẫu hứng, không có kế hoạch cụ thể cho bất cứ công việc gì cho dù đó là những việc quan trọng như lập ngân sách chi tiêu, quản lý trang trại, thu mua nông sản,... Chỉ đến khi tham gia buổi hội thảo của tôi cách đó tám năm, ông trở về nhà và lập tức viết ra các mục tiêu cùng với kế hoạch thực hiện. Bắt đầu từ đó, ông tự đặt cho mình một nguyên tắc là cho dù có chuyện gì xảy ra cũng phải cố gắng hoàn thành ít nhất một việc mỗi ngày để hướng tới mục tiêu lớn của mình. Ông nói rằng trong vòng tám năm qua, thu nhập

bình quân của ông đã tăng gấp mười lần. Kết thúc câu chuyện, ông nhấn mạnh rằng thói quen "thực hiện điều gì đ mỗi ngày" đã có tác động vô cùng sâu sắc đến cuộc đời ông.

10

QUY LUẬT ĐỀN BÙ

Mọi việc bạn làm, dù tích cực hay tiêu cực, đều được đền bù thỏa đáng.

Bất cứ điều gì diễn ra trong cuộc sống đều có sự công bằng. Mọi hành động bạn làm, dù tích cực hay tiêu cực đều sẽ được cuộc sống đáp trả một cách tương xứng. Càng cho nhiều thì bạn càng nhận lại nhiều, Nếu muốn cải thiện lại kết quả, cả về chất cũng như về lượng, bạn phải tập trung vào cải thiện chất và lượng những hành động của mình.

Zig Ziglar, nhà hùng biện và cũng là một người bạn của tôi, đã xây dựng Quy luật Đền bù, còn gọi là Quy luật Ziglar. Quy luật này cho rằng: "Bạn có thể đạt được mọi thứ bạn mong muốn trong cuộc đời nếu biết giúp đỡ người khác có được những gì họ muốn". Quy luật Đền bù cũng là một lời khẳng định lại Quy luật Nhân quả: "Gieo nhân nào gặt quả nấy". Những gì bạn gặt hái ngày hôm nay chính là kết quả của những hạt giống bạn đã gieo trồng trước đây.

Quy luật này là nền tảng chủ đạo lý giải sự thành công và thất bại, hạnh phúc và bất hạnh. Đây cũng là nguyên tắc cơ bản của mọi hoạt động kinh doanh tạo ra sản phẩm và dịch vụ đáp ứng nhu cầu của mọi người nhằm thu được nguồn lợi nhuận đủ để bù đắp chi phí sản xuất, tiếp thị cho sản phẩm hay dịch vụ mới.

Những cá nhân và tổ chức thành đạt luôn tìm cách cải thiện những gì họ cung cấp. Họ không ngừng gia tăng giá trị sản phẩm, chất lượng phục vụ khách hàng. Bạn hoàn toàn có thể làm được như vậy bằng cách trả lời câu hỏi: "Tôi nên làm gì để có thể tăng giá trị dịch vụ cho những khách hàng hiện tại của mình?".

11

QUY LUẬT PHỤC VỤ

Những phần thưởng bạn nhận được trong cuộc sống tỷ lệ thuận với mức độ hiệu quả trong cách bạn phục vụ người khác.

Cuộc sống là sự tổng hòa của nhiều mối quan hệ phụ thuộc lẫn

nhau. Chúng ta phụ thuộc vào thiên nhiên để có khí trời trong mát, phụ thuộc vào người nông dân để có bữa cơm no ấm, vào người kỹ sư để có những công trình phục vụ thiết thực, vào người thợ may để có những bộ quần áo thời trang,... và vào nhiều yếu tố khác nhằm đảm bảo cuộc sống trở nên ý nghĩa và đáng sống. Đổi lại, mỗi chúng ta cần phải tìm cách tốt nhất để phục vụ lại những người khác trong vai trò là một thành viên của xã hội nhằm duy trì những mối quan hệ tương hỗ và cân bằng này.

Hệ quả thứ nhất: Để có được nhiều điều tốt đẹp hơn trong cuộc sống, trước tiên bạn phải cải thiện cách phục vụ người khác, cả về chất lẫn về lượng.

Càng cho đi nhiều, bạn sẽ nhận lại được càng nhiều. Kết quả nghiên cứu cho thấy những người có thu nhập cao nhất – bất kể là doanh nhân kinh tế, nhà điều hành, chuyên gia hay nhân viên bán hàng,... họ đều làm việc trung bình 60 giờ mỗi tuần trong nhiều năm liền. Điều này đã góp phần xây dựng uy tín của họ trong lòng khách hàng khiến lượng khách hàng đến với họ ngày càng tăng cao.

Hệ quả thứ hai: Thu nhập là một trong những yếu tố quan trọng quyết định nỗ lực làm việc của mọi người

Một trong những yếu tố vô cùng quan trọng quyết định nỗ lực làm việc của mọi người chính là thu nhập. Các công ty, tổ chức quyết định mức thu nhập xét trên tính hiệu quả trong cách thực hiện công việc và mức độ đóng góp của mỗi người. Khi bạn làm nhiều việc hơn với hiệu suất vượt trội, chắc chắn bạn có thể gia tăng giá trị bản thân cũng như thu nhập của mình.

Khả năng tập trung vào kết quả, khả năng làm hài lòng khách hàng tốt hơn đối thủ cạnh tranh chính là động lực dẫn đến thành công trong kinh doanh. Những công ty lớn luôn đặt ra mục tiêu "phục vụ khách hàng tối đa" và các nhà lãnh đạo thành công sẵn sàng "quên mình" để thực hiện mục tiêu này.

Khi hết mình phục vụ những người cần đến bạn như cấp trên, đồng nghiệp, khách hàng,... lòng tự tin trong bạn sẽ tăng cao và bạn sẽ cảm nhận nhiều điều ý nghĩa hơn về giá trị cuộc sống. Điều này sẽ tạo đà để bạn thúc đẩy nghề nghiệp và cải thiện nguồn thu nhập của mình.

Khi kết hợp Quy luật Đền bù với Quy luật Phục vụ, bạn sẽ có chiếc chìa khóa mở ra cánh cửa đến với những điều tốt đẹp mà bạn

hằng mong muốn. Mọi thứ đều nằm trong tầm kiểm soát của bạn, những gì bạn được nhận sẽ tương ứng với những gì bạn đã cho đi.

Không ai có thể tác động đến việc cho và nhận của bạn, ngoài trừ chính bản thân bạn.

12

QUY LUẬT NỖ LỰC ỨNG DỤNG

Những thành tựu lớn lao đều là kết quả của quá trình nỗ lực làm việc.

Một trong những yếu tố mà những người làm công tác quản lý thường tìm kiếm ở nhân viên là sự chăm chỉ và nỗ lực làm việc. Điều này cũng là cơ sở để đánh giá và đề bạt nhân viên lên những vị trí cao hơn. Trong cuốn The Millionaire Next Door, một nghiên cứu của tiến sĩ Thomas Stanley về những người Mỹ giàu có, tác giả viết rằng hầu hết những triệu phú đi lên từ hai bàn tay trắng mà ông phỏng vấn đều khẳng định rằng yếu tố quan trọng nhất giúp họ thành công là làm việc chăm chỉ. Một tuần làm việc trung bình của những nhà điều hành và chủ doanh nghiệp nhỏ ở Mỹ là khoảng 58 đến 60 giờ. Nhiều người phải làm việc từ 70 đến 80 giờ mỗi tuần trong suốt những giai đoạn quan trọng hình thành sự nghiệp của họ.

Rõ ràng, nếu chỉ làm việc đúng 40 giờ một tuần, thu nhập của bạn chỉ ở mức vừa đủ, công việc của bạn sẽ không có bước đột phá đáng kể và chắc chắn bạn khó mà tiến xa hơn nữa trong sự nghiệp của mình. Vì thế, ngoài 40 giờ làm việc mỗi tuần, bạn hãy dành thêm thời gian để đầu tư cho thành công trong tương lai của bạn dưới hình thức làm việc thêm giờ hay học hỏi để cải thiện kiến thức và kỹ năng. Bạn chỉ cần cho tôi biết bạn làm gì ngoài thời gian 40 giờ làm việc mỗi tuần, tôi có thể cho bạn biết ngay tương lai trong vòng ba đến năm năm tiếp theo của bạn sẽ như thế nào.

Hệ quả thứ nhất: Thành công thường đến sau một thời gian nỗ lực làm việc theo định hướng mục tiêu đã được xác định rõ ràng.

Hãy luôn tự hỏi: "Tôi đang cố gắng làm gì và tôi phải nỗ lực như thế nào để làm được điều đó?". Sự nỗ lực làm việc và đầu tư nhiều thời gian của bạn sẽ chỉ đáng giá khi được kết hợp với những công việc thật sự có giá trị vì chúng sẽ giúp bạn tiến dần đến việc đạt được những mục tiêu quan trọng và có ý nghĩa.

Hệ quả thứ hai: Càng làm việc chăm chỉ, bạn càng gặp nhiều

điều may mắn.

Chính khả năng làm việc chăm chỉ sẽ mang đến cho bạn nhiều cơ hội cũng như sự trợ giúp từ nhiều người và nhiều nguồn lực khác nhau mà trước đây bạn chưa từng thấy. Sự cam kết luôn làm việc với nhiệt huyết cao nhất sẽ tạo ra một nguồn sinh lực tích cực xung quanh và thu hút những cá nhân tài năng cũng như những cơ hội lớn đến với bạn.

Hệ quả thứ ba: Để thành đạt hơn người khác, bạn phải làm nhiều việc hơn và chăm chỉ hơn người đó.

Điều này lại khẳng định sự thật rằng bạn sẽ nhận được nhiều hơn nếu đầu tư nhiều hơn cho cuộc đời mình. Và cũng theo quy luật Nhân quả: bạn gieo hạt giống gì, bạn sẽ gặt hái kết quả như thế đấy.

13

QUY LUẬT NỖ LỰC HƠN NỮA

Hãy thực hiện công việc nhiều hơn mức được yêu cầu, bạn sẽ nhận được nhiều hơn so với những gì bạn đang có.

Để gặt hái nhiều thành công hơn, bạn phải luôn tìm kiếm cơ hội để hoàn thành công việc nhiều hơn mức được yêu cầu. Napoleon Hill(1) đã kết luận rằng một trong những chìa khóa dẫn đến thành công lớn là thái độ sẵn sàng "đi thêm một dặm đường".

(1) Napoleon Hill (1883 – 1970): Tác giả nổi tiếng người Mỹ với Think and Grow Rich - cuốn sách viết về kinh doanh được đánh giá là hay nhất của mọi thời đại.

Theo quy luật này, tương lai phía trước là vô hạn. Không có giới hạn nào cho những việc làm thêm mà bạn có thể thực hiện nhằm nâng cao giá trị công việc. Bạn có thể "đi thêm một dặm đường" trong mọi việc bạn làm, ở mọi thời điểm và bằng mọi cách thức. Earl Nightingale khuyên: "Hãy làm nhiều hơn những gì bạn được trả lương, nếu không bạn sẽ không bao giờ nhận được nhiều hơn so với những gì bạn đang nhận". Cách duy nhất để gặt hái kết quả nhiều hơn là gieo hạt giống thật nhiều. Cách duy nhất để được trả công nhiều hơn là nỗ lực làm việc với hiệu suất cao hơn.

Trong buổi hội thảo gần đây của mình, tôi gặp một nữ thư ký trẻ làm việc tại một công ty lớn ở Florida. Cô kể rằng sau khi nghe một chương trình đào tạo của tôi, cô đã đặt ra mục tiêu tăng thu

nhập thêm 50%. Tuy nhiên, trong thâm tâm cô không thực sự tin là điều đó có thể thực hiện được vì chính sách lương bổng của công ty cô rất rõ ràng. Dù vậy, cô vẫn tập trung nhiều hơn vào mục tiêu này. Cô bắt đầu tìm cách cải thiện cách làm việc của mình bằng cách làm nhiều hơn những nhiệm vụ được yêu cầu. Ngoài thời gian ở công ty, cô cố gắng học hỏi thêm những kỹ năng mới. Cô là người đi làm sớm nhất và về trễ nhất, cô cũng tạo được ấn tượng tốt cho mọi người khi luôn xung phong nhận thêm trách nhiệm mới và thực hiện chúng trong khả năng tốt nhất của mình.

Cô cũng rất tinh tế trong quan sát và nhận thấy cấp trên của cô không thích làm công việc nhận và trả lời thư từ hay e-mail hàng ngày. Cô mạnh dạn viết thử một vài lá thư trả lời và đưa cho sếp xem thử, cấp trên của cô đã rất ngạc nhiên và hài lòng. Ông bắt đầu giao cho cô việc xử lý thư từ và sau đó là nhiều công việc khác. Tất cả mọi công việc đều được cô thực hiện nhanh chóng và hiệu quả.

Kết quả là cô được tăng lương, từ 1.500 đô la mỗi tháng lên 1.750 đô la, rồi 2.000 đô la và cuối cùng là 2.250 đô la – 50% so với mức lương ban đầu. Và điều quan trọng hơn cả là cấp trên tự tăng lương chứ cô chưa từng bao giờ đề nghị điều đó. Như vậy, nhờ nỗ lực làm việc và sự khéo léo, nhạy bén trong cách xử lý vấn đề, cô đã được cấp trên đánh giá cao và nhận được phần thưởng tương xứng.

14

QUY LUẬT CHUẨN BỊ

Bất kỳ công việc nào nếu muốn thực hiện hiệu quả đều phải chuẩn bị kỹ càng.

Một trong những đặc điểm của người thành công là luôn dành thời gian chuẩn bị kỹ lưỡng trước khi bắt đầu một công việc nào đó. Bất kể quy mô, tính chất công việc, họ đều thực hiện khâu chuẩn bị một cách nghiêm túc, không có thái độ nửa vời hay "làm cho xong". Tôi tâm đắc nhất câu nói của Abraham Lincoln(1) khi ông còn là một thanh niên ở Springfield, Illinois: "Tôi sẽ tự mình học tập và chuẩn bị, rồi một ngày nào đó cơ hội của tôi sẽ đến".

(1) Tổng thống thứ 16 và là một trong bốn vị tổng thống vĩ đại nhất trong lịch sử nước Mỹ. Ông cũng là người chủ trương bãi bỏ chế độ nô lệ ở Mỹ.

Với tầm nhìn của một vĩ nhân, ông hiểu rằng việc chuẩn bị kỹ

lưỡng sẽ là chìa khóa mở ra tương lai của mình. Chính câu nói này của ông đã định hướng cả cuộc đời và thái độ sống của tôi khi trưởng thành.

Hệ quả thứ nhất: Ngay cả những chi tiết nhỏ nhất cũng cần phải chuẩn bị kỹ lưỡng vì chúng có thể là thủ phạm cản trở bạn.

Những chi tiết nhỏ nhất có thể làm nên những thành công vĩ đại cũng như những thất bại nghiêm trọng. Một dữ kiện, một điểm chưa chính xác đều có thể làm sự việc xảy ra theo hướng không mong đợi.

Cách đây nhiều năm, diễn giả Joel Weldon, một người bạn của tôi, đã có một bài diễn thuyết ấn tượng tại Hội Diễn giả Quốc gia (National Speakers Association) với tiêu đề Elephants never bite ("Voi không bao giờ cắn"). Chủ đề của bài diễn thuyết tập trung vào những "con muỗi" trong cuộc sống, tức những điều bạn cho là nhỏ nhặt và thường bỏ qua nhưng chính những điều này lại gây nhiều phiền toái cho bạn nhất. Chưa có ai bị voi cắn cả nhưng hầu như ai cũng đã từng bị muỗi cắn. Thông điệp của Joel gởi đến mọi người rất đơn giản: Để thành công, bạn phải có thái độ nghiêm túc về những điều nhỏ nhặt vì "cái xấu luôn ẩn mình trong những chi tiết nhỏ".

Hệ quả thứ hai: "Hành động mà thiếu suy nghĩ là nguyên nhân của mọi thất bại" - Peter Drucker.

Câu nói của Peter Drucker không khẳng định rằng tất cả mọi việc sẽ thành công nếu được lập kế hoạch kỹ lưỡng, mà chỉ hàm ý rằng hầu như bạn cầm chắc thất bại trong tay nếu không lập kế hoạch trước. Các quy luật tổ chức của Murphy(1) có thể được tổng kết như sau: "Nếu có điều gì trục trặc, tất yếu nó sẽ xảy ra. Và trong tất cả những điều có thể trục trặc đó, thì điều tồi tệ nhất sẽ xảy ra ngay vào thời điểm tồi tệ nhất và tiêu tốn nhiều tiền của nhất".

(1) Định luật Murphy xuất hiện năm 1949, có nguồn gốc từ một thử nghiệm của không quân Mỹ về tác dụng của quá trình giảm tốc nhanh đối với các phi công. Trong cuộc thử nghiệm, người tình nguyện ngồi trong một xe trượt tuyết có gắn động cơ phản lực và được thắt chặt dây an toàn. Hệ thống điện cực gắn khít vào bộ ghế ngồi, do đại úy Edward A. Murphy thiết kế, sẽ ghi lại phản ứng của họ khi xe dừng đột ngột. Tuy nhiên, người ta đã không ghi được một số liệu nào sau cuộc thử nghiệm tưởng chừng như không có sai sót. Cuối cùng, mọi người phát hiện ra một điện cực bị mắc sai. Khi ấy, Murphy nói rằng: "Nếu có gì đó có thể trục trặc, thể nào cũng có người làm cho nó

xảy ra".

Đừng bao giờ giả định hay chủ quan trước những vấn đề quan trọng. Nếu một vấn đề là thực sự quan trọng thì bạn càng phải thường xuyên kiểm tra để đảm bảo không có gì trục trặc xảy ra.

15

QUY LUẬT HIỆU SUẤT BẮT BUỘC

Khi phải chịu áp lực căng thẳng về thời gian, bạn cần phân chia mức độ ưu tiên cho những nhiệm vụ quan trọng nhất.

Một cách giải thích khác cho quy luật này là không bao giờ bạn có đủ thời gian để làm tất cả mọi việc nhưng bạn luôn đủ thời gian để làm những việc quan trọng nhất. Chính vì vậy, khi phải đảm nhận nhiều công việc dưới áp lực thời gian căng thẳng, bạn cần phải suy nghĩ, phân tích, đánh giá một cách cẩn thận những việc cần làm để tập trung tối đa tư duy cho những nhiệm vụ quan trọng nhất, quyết định sự thành công của bản thân.

Hệ quả thứ nhất: Không bao giờ bạn có đủ thời gian để làm mọi việc cần phải làm.

Càng tiến xa trên con đường sự nghiệp, bạn càng cảm nhận sự chính xác của hệ quả này. Dường như lúc nào bạn cũng sẽ cảm thấy mình có quá nhiều việc để làm nhưng lại không có đủ thời gian. Vì vậy, khi bạn thấy mình còn dư dả thời gian, rất có thể bạn chưa phát huy hết năng lực. Điều này sẽ ảnh hưởng đến thành tích phấn đấu và hạn chế cơ hội thăng tiến trong sự nghiệp của bạn.

Hệ quả thứ hai: Chỉ bằng cách tự nỗ lực, bạn mới có thể khám phá tiềm năng thực sự của bản thân.

Bạn không thể đo được chính xác mức độ dẻo dai của đôi chân nếu chỉ đi một nửa chặng đường. Tương tự, bạn không thể đánh giá tiềm năng thật sự của bản thân nếu bạn không nỗ lực hết mình. Để thành công, bạn cần phải tập trung tâm trí vào công việc và thường xuyên đảm nhận những nhiệm vụ mang tính thử thách cao. Hãy làm những gì bạn yêu thích, yêu thích những gì đang làm và nỗ lực hết mình để đạt được kết quả cao nhất.

Hệ quả thứ ba: Tiềm năng tối đa của bản thân chỉ được thể hiện khi bạn biết tận dụng thời gian một cách hữu ích nhất.

Chìa khóa mở cánh cửa thành công trong kinh doanh và cuộc sống liên quan chặt chẽ đến hiệu suất làm việc cá nhân và phương pháp quản lý thời gian. Vì vậy, bạn hãy luôn tự hỏi: "Liệu tôi có đang sử dụng thời gian hiệu quả không?". Câu trả lời tùy thuộc vào khả năng xử lý vấn đề hay nhiệm vụ tại bất kỳ thời điểm nào. Luôn giữ bản thân đi đúng hướng và tập trung vào những trách nhiệm quan trọng nhất của bạn.

16

QUY LUẬT KỲ VỌNG

Những bước tiến quan trọng trong cuộc đời bắt nguồn từ một quyết định và một cam kết hành động rõ ràng.

Trong cuộc sống, chắc chắn bạn không thể tránh khỏi những lúc phải đấu tranh với bản thân trước những quyết định quan trọng. Có những quyết định dễ dàng điều chỉnh sau này nhưng cũng có những quyết định tạo bước ngoặt lớn cho cả cuộc đời. Chính vì vậy, việc ra quyết định là một trong những kỹ năng quan trọng. Hầu hết những người thành đạt đều quyết đoán trong cách suy nghĩ và hành động. Họ xác định cụ thể những gì mình muốn, sau đó lập kế hoạch thực hiện cụ thể đồng thời cam kết hành động, dồn toàn bộ tâm trí để biến quyết định thành hiện thực.

Khi tiến hành nghiên cứu hai nhóm nhà quản lý: một nhóm liên tục thăng tiến còn một nhóm thăng tiến khá chậm, người ta nhận thấy rằng đặc điểm nổi bật của các nhà quản lý ở nhóm thứ nhất chính là tính quyết đoán. Điều thú vị từ nghiên cứu này là khi được yêu cầu làm các bài trắc nghiệm trên giấy với những vấn đề giả định, cả hai nhóm cùng đưa ra kết quả chính xác tương đương nhau. Tuy nhiên, khi vận dụng vấn đề vào thực tế thì nhóm những nhà quản lý thành đạt luôn sẵn sàng ra quyết định và hành động trong khi nhóm còn lại cẩn trọng hơn vì lo ngại rằng mắc phải sai lầm. Rõ ràng, tính quyết đoán là một yếu tố quan trọng giúp bạn làm chủ tình huống và đi đúng hướng trên con đường sự nghiệp của mình.

Người thành đạt không hẳn là người ra quyết định đúng đắn mà là người biết làm cho quyết định của mình trở nên đúng đắn. Nói cách khác, họ chấp nhận ý kiến phản hồi và tự sửa đổi. Họ luôn tiếp nhận thông tin mới, sẵn sàng thay đổi khi cần thiết và không bao giờ có thái độ nửa vời hay dao động.

Hệ quả thứ nhất: Hãy hành động táo bạo – sẽ có những sức

mạnh vô hình hỗ trợ bạn.

Khi dũng cảm đối mặt với một tình huống khó khăn và tự tin ngẩng cao đầu tiến về phía trước, trong bạn dường như xuất hiện những sức mạnh vô hình tiếp sức cho hành trình hướng đến mục tiêu. Chính thiện chí hành động mãnh liệt sẽ xóa tan sự chần chừ trì hoãn, tạo động lực mạnh mẽ đưa bạn đến thành công.

Hệ quả thứ hai: "Hãy hành động với suy nghĩ rằng bạn sẽ không bao giờ thất bại."

Đây là một trong những nguyên tắc thành công có tầm ảnh hưởng mạnh mẽ nhất. Bạn hãy luôn tâm niệm rằng thành công sẽ đến khi bạn biết hành động kịp thời và cam kết thực hiện mục tiêu đến cùng. Khi ấy, bạn sẽ nhận được sự trợ giúp cần thiết để đạt được ước nguyện của mình. Khi cảm thấy hoài nghi vì bất kỳ lý do gì, hãy vững tin hành động và tiến về phía trước với suy nghĩ rằng mình không thể thất bại.

Hệ quả thứ ba: "Hãy làm những gì bạn muốn!"

Đây cũng chính là câu slogan nổi tiếng của Tập đoàn Nike "Just Do It" và có thể xem là một trong những công thức vĩ đại nhất của sự thành công. Hãy lập mục tiêu, xác định thứ tự ưu tiên, luôn nghĩ rằng mình không thể thất bại và bắt tay vào thực hiện ngay!

17

QUY LUẬT SÁNG TẠO

Những tiến bộ trong cuộc sống con người đều bắt nguồn từ một ý tưởng của cá nhân.

Ý tưởng sáng tạo là chiếc chìa khóa vạn năng mở ra mọi cánh cửa tương lai. Đây là đặc điểm thuộc về mỗi cá nhân và là yếu tố làm mọi người trở nên khác biệt. Những suy nghĩ sáng tạo giúp bạn giải quyết mọi vấn đề, vượt qua trở ngại và đạt được mục tiêu theo cách tốt nhất của mình. Với kinh nghiệm thực tế, những ý tưởng sáng tạo của hôm nay luôn hiệu quả hơn so với trước đây. Đôi khi, chỉ cần một sự thay đổi nhỏ là bạn có thể đặt nền móng cho một vận may và đưa bản thân tiến đến thành công lớn.

Hệ quả thứ nhất: Tiềm năng sáng tạo của con người là vô hạn.

Ý tưởng được ví như một loại phương tiện di chuyển có thể đưa bạn đến bất cứ nơi nào bạn muốn. Dựa vào những mục tiêu quan

trọng của bản thân, hãy cân nhắc và đánh giá giá trị ý tưởng của bạn. Sau khi chọn lựa được ý tưởng đáp ứng mọi điều kiện, bạn hãy lập kế hoạch thực hiện và hành động theo ý tưởng ấy. Chất lượng các ý tưởng sẽ ngày càng được cải thiện thông qua thời gian và quá trình tư duy không ngừng của bản thân. Hầu như không có trở ngại nào trong cuộc sống mà không thể vượt qua nếu có sức mạnh của ý tưởng sáng tạo.

Hệ quả thứ hai: "Bất kỳ điều gì mà tâm trí con người tin tưởng và nhận thức đều có khả năng trở thành hiện thực" - Napoleon Hill.

Tâm trí của bạn được "thiết kế" rất đặc biệt, không chỉ giúp bạn nảy sinh ý tưởng mà còn có khả năng biến ý tưởng đó thành hiện thực. Ý tưởng chính là hạt mầm khả năng bạn dự định gieo trồng, còn môi trường và những điều kiện khách quan lẫn chủ quan bên ngoài sẽ là nguồn dưỡng chất nuôi dưỡng hạt mầm ấy phát triển và đơm hoa kết trái. Câu hỏi duy nhất mà bạn phải trả lời một cách trung thực: "Tôi có thật sự mong muốn biến ý tưởng thành hiện thực không?".

Hệ quả thứ ba: "Trí tưởng tượng thống trị thế giới" - Napoleon Bonaparte[1].

[1] Napoleon Bonaparte (1769-1821) còn gọi là Napoleon I - Vị hoàng đế nổi tiếng nước Pháp và là nhà chỉ huy quân sự tài ba.

Toàn bộ thế giới của chúng ta được cấu tạo từ những công trình tư duy sáng tạo. Mọi sự vật, hiện tượng bạn bắt gặp xung quanh đều là ý tưởng của cá nhân hoặc tập thể vận dụng vào thực tế cuộc sống.

Hệ quả thứ tư: "Sức tưởng tượng quan trọng hơn thực tế" - Albert Einstein.

Trong cuộc sống, chắc chắn bạn sẽ bắt gặp nhiều trường hợp trí trưởng tượng và tư duy sáng tạo hoàn toàn đi ngược lại những gì đã được thực tế chứng minh. Một ý tưởng hay một sự hiểu biết sâu sắc tại một thời điểm quan trọng có thể là bước ngoặt trong cuộc đời, cho phép bạn nhìn nhận sự việc dưới nhiều góc độ khác nhau, để từ đó bạn tạo ra sự chuyển biến đột phá.

Dù ở đâu, làm gì, trong hoàn cảnh nào, bạn đều sở hữu những tiềm năng sáng tạo vô tận để giải quyết mọi vấn đề xảy ra và nhanh chóng đạt đến mục tiêu cuối cùng. Hầu như không có giới hạn nào cho trí tưởng tượng của bạn, ngoại trừ giới hạn bạn đặt ra

cho chính mình.

18

QUY LUẬT LINH HOẠT

Bạn có được nhiều thành công nhất khi nắm rõ mục tiêu và biết linh hoạt trong quá trình thực hiện để đạt được mục tiêu đó.

Đây là một phát hiện quan trọng trong số những nghiên cứu về các cá nhân thành đạt. Khi đã đặt ra mục tiêu cụ thể cho bản thân và lập kế hoạch thực hiện, bạn thường có ý tưởng khá rõ ràng về những gì cần làm để đạt được điều mình muốn. Tuy nhiên, không phải lúc nào mọi việc cũng theo đúng như những dự định, chuẩn bị của bạn. Thay đổi luôn tiềm ẩn trong quá trình thực hiện và những thay đổi ấy có thể đòi hỏi bạn phải điều chỉnh kế hoạch ban đầu của mình. Người sáng tạo và lạc quan nhất là người luôn cởi mở, linh hoạt và dễ dàng thích nghi khi đối diện với những thay đổi liên tục và không thể tránh được trong cuộc sống.

Hệ quả thứ nhất: Sự chịu đựng và thất vọng thường là dấu hiệu cho thấy bạn đang đi sai hướng.

Bạn hãy tổ chức tư duy và cách làm việc như một lập trình viên máy tính. Sau khi xây dựng hoàn tất một chương trình phần mềm mới, lập trình viên biết rằng chương trình vẫn còn nhiều lỗi vì xác suất chương trình phần mềm làm việc hoàn hảo ngay trong lần chạy đầu tiên là rất thấp. Tuy nhiên, anh chấp nhận điều này như một thực tế hiển nhiên và vẫn cứ cho chạy thử nghiệm chương trình rồi sau đó mới bắt đầu rà soát lại toàn bộ từng chi tiết để khắc phục những khiếm khuyết đến khi chương trình hoạt động suôn sẻ.

Tương tự, bất cứ khi nào bạn cảm thấy kết quả đạt được vẫn không như mong muốn hoặc kế hoạch của bạn tiến triển chậm chạp dù đã cố gắng rất nhiều, bạn hãy dừng lại và kiểm tra tổng thể. Hãy đảm bảo rằng bạn đang đi đúng định hướng mục tiêu và áp dụng chiến lược phù hợp. Nếu cần thiết, hãy thay đổi cách tiếp cận vấn đề. Đừng nhìn nhận sự việc bằng cái tôi cá nhân, mà hãy tập trung quan tâm đến những điều thỏa đáng hơn để bạn có thể khắc phục sai sót, tự tin tiếp tục tiến về phía trước.

Hệ quả thứ hai: Bạn sẽ không còn cảm thấy ràng buộc nếu có nhiều giải pháp lựa chọn được triển khai hoàn hảo.

Việc phát triển những giải pháp thay thế khi giải pháp đầu tiên

không thành công sẽ đem lại cho bạn cảm giác hài lòng và không bị ràng buộc. Càng lập kế hoạch kỹ lưỡng, bạn càng cảm thấy yên tâm hơn vì biết rằng mình có thể sẵn sàng chuyển sang phương án khác nếu một phương hướng hành động không phát triển như mong đợi.

Chính việc triển khai các giải pháp thay thế giúp bạn linh hoạt và sáng suốt hơn trong suy nghĩ. Càng có nhiều lựa chọn, càng có nhiều khả năng, một trong những chọn lựa ấy sẽ có hiệu quả và cho phép bạn đạt được mục tiêu của mình.

Hệ quả thứ ba: Khủng hoảng thật ra là một hình thức thay đổi đang diễn ra.

Bất cứ khi nào bạn gặp phải khủng hoảng hay một trở ngại khó khăn, hãy bình tĩnh và tự hỏi: "Liệu khủng hoảng này sẽ kéo theo sự thay đổi nào?". Bất kỳ lĩnh vực nào cũng có thể xảy ra khủng hoảng: công việc, các mối quan hệ cá nhân, sức khỏe, gia đình,...

Trong phần lớn các trường hợp, khủng hoảng là dấu hiệu cho thấy có điều gì đó hoàn toàn sai lầm và việc tìm kiếm giải pháp hành động tương tự như trước kia sẽ chỉ làm tình hình tồi tệ thêm.

Hệ quả thứ tư: Những giả định sai lầm là căn nguyên của mọi thất bại.

Những giả định phù hợp với thực tế thường giúp bạn đưa ra những quyết định chính xác và đạt mục tiêu theo kế hoạch. Nếu bạn gặp phải thất bại và kháng cự từ xung quanh, có thể có điều gì không đúng trong giả định của bạn. Theo nghiên cứu, hầu hết mọi thất bại đều bắt nguồn từ những gi định ban đầu không chính xác. Vì vậy, khi mọi việc không tiến triển tốt đẹp như mong đợi, bạn cần làm rõ và đặt lại vấn đề cho các giả định của mình. Đó có thể là những giả định sai lầm mà bạn đã chấp nhận một cách vô thức, không chút hoài nghi.

Nhiều người đi đến khánh kiệt sau một thời gian kinh doanh vì họ chủ quan tin rằng thị trường đã đủ lớn cho sản phẩm hay dịch vụ mà họ cung cấp. Họ nghĩ rằng khi sản phẩm của họ hiện diện trên thương trường, khách hàng sẽ bỏ nhà cung cấp hiện tại để tìm đến họ. Cũng có người cho rằng chỉ cần có khả năng cung cấp sản phẩm hay dịch vụ với giá cạnh tranh là họ có thể thu được lợi nhuận. Những giả định này có thể đúng nhưng cũng có thể sai và dĩ nhiên kết quả cũng sẽ khác nhau theo từng trường hợp.

Vậy bạn sẽ làm gì khi biết những giả định của mình là không đúng

với thực tế? Bạn sẽ thay đổi như thế nào và có phương hướng hành động ra sao? Bạn hãy sẵn sàng kiểm tra lại những giả định và thừa nhận những sai lầm. Đây là thái độ đúng đắn đưa bạn đến thành công lớn sau này. Tính linh hoạt có lẽ là phẩm chất quan trọng nhất mà bạn cần có để kinh doanh thành công trong một nền kinh tế luôn cạnh tranh và thay đổi.

19

QUY LUẬT KIÊN TRÌ

Khả năng kiên trì đối mặt với thất bại là thước đo mức độ thành công và niềm tin trong bản thân bạn.

Sự kiên trì là một phẩm chất quan trọng giúp bạn đạt được thành công. Khả năng chịu đựng mọi khó khăn, thử thách chính là tài sản quan trọng nhất giúp bạn trở nên khác biệt so với người khác.

Hệ quả thứ nhất: Sự kiên trì thể hiện tính kỷ luật tự giác trong hành động.

Khi bạn kiên trì đối mặt với khó khăn và thử thách, bạn đã chứng minh cho bản thân mình và cho những người xung quanh thấy rằng bạn có sự tự chủ và tính kỷ luật tự giác vốn vô cùng cần thiết để đạt được bất kỳ thành công nào.

Hệ quả thứ hai: "Không bao giờ, không bao giờ và không bao giờ bỏ cuộc" - Winston Churchill [1].

[1] Winston Churchill (1874-1965) - Vị thủ tướng lừng danh của nước Anh trong chiến tranh thế giới thứ II, cũng là một chính khách lỗi lạc trên chính trường quốc tế. Năm 1953, ông được giải Nobel văn học cho những tác phẩm viết về nước Anh và lịch sử thế giới. Năm 2002, đài BBC đã bầu chọn ông vào danh sách 100 người Anh vĩ đại nhất (the 100 Greatest Britons).

Bằng kinh nghiệm cuộc đời, Winston Churchill - nhà chính trị vĩ đại nhất của thế kỷ 20 - đã tin rằng chính sự bền bỉ ngoan cường khi đối mặt với những thất bại thảm hại và nguy cấp chính là phẩm chất quan trọng để chuyển bại thành thắng. Khi theo đuổi mục tiêu với sự kiên trì và lòng quyết tâm sắt đá, bạn sẽ nhận thấy dường như trong bạn đã có một nguồn sức mạnh tinh thần mạnh mẽ không gì ngăn cản được, sức mạnh đó sẽ giúp bạn hoàn thành mục tiêu.

Thành công không phải là sự ngẫu nhiên mà là kết quả của việc kiên

trì theo đuổi các mục tiêu theo cách phù hợp với những quy luật tự nhiên. Nếu việc áp dụng những nguyên tắc trên đây chỉ đem lại thành công cho một vài cá nhân, bạn có thể cho rằng đó là sự may mắn ngẫu nhiên. Nhưng nếu điều đó đã giúp đem đến thành công cho hàng trăm ngàn, thậm chí hàng triệu người khởi nghiệp từ hai bàn tay trắng, chắc hẳn điều đó đáng để cho bạn suy ngẫm và làm theo. Người thành đạt không nhất thiết phải thông minh hay tài năng hơn người khác. Đó chỉ là do họ biết cách vận dụng linh hoạt những quy luật thành công trước những người khác. Bạn cũng có thể đuổi kịp và thậm chí tiến nhanh hơn nếu bắt đầu thực hành những quy luật này ngay từ bây giờ, trong mọi hành động của bạn.

Phần 3
CÁC QUY LUẬT KINH DOANH

Mọi điều xảy ra trong cuộc sống đều bắt nguồn từ những quy luật cụ thể. Trong lĩnh vực kinh doanh cũng vậy, mức độ thành công trong công việc và thăng tiến trong sự nghiệp tỷ lệ thuận với sự nhanh nhạy và khả năng vận dụng hài hòa các quy luật kinh doanh.

Một điều không thể phủ nhận rằng tốc độ thay đổi trong kinh doanh diễn ra thật nhanh chóng và khó tin. Song song với việc phát triển vượt bậc với giá trị tài sản lên đến hàng tỷ đô la của những công ty thành công, thì việc làm ăn thua lỗ, bị sáp nhập, mua lại hoặc phải thay đổi đường hướng kinh doanh của các công ty cũng ngày một nhiều. Sự thay đổi nhanh chóng đến khó tin này đã làm biến chuyển đời sống kinh doanh hiện đại và ảnh hưởng đến cuộc sống của hàng triệu người. Thế nhưng sự thay đổi này cũng tạo cơ hội cho bạn biết nắm bắt các quy luật kinh doanh để đóng góp cho sự thành công và phát triển của tổ chức. Bằng cách áp dụng những quy luật và nguyên tắc trong chương này, cuộc đời và sự nghiệp của bạn sẽ phát triển nhanh chóng. Chỉ sau một thời gian ngắn, bạn sẽ đạt được những tiến bộ vượt trội mà nhiều người khác phải phấn đấu trong suốt sự nghiệp mới có được.

Tôi đã học hỏi những quy luật kinh doanh này cách đây từ nhiều năm. Khi mới lên mười tuổi, tôi bắt đầu sự nghiệp kinh doanh của mình bằng công việc bán xà phòng. Tiếp sau đó là các công việc bán báo, cắt cỏ thuê, trang trí cây thông Giáng sinh và cả làm kế toán kho trong một cửa hàng tạp hóa. Sau đó tôi gõ cửa từng nhà để tiếp thị trang thiết bị văn phòng rồi tiếp tục bán quỹ đầu tư chứng khoán, bất động sản, xe hơi, dịch vụ quảng cáo, đào tạo và tư vấn.

Năm tôi 31 tuổi, mặc dù đã thi trượt kỳ thi tốt nghiệp trung học

nhưng tôi vẫn được chấp thuận vào học chương trình thạc sĩ quản trị kinh doanh tại một trường đại học lớn chủ yếu là nhờ vào kinh nghiệm bán hàng nhiều năm của mình. Trong ba năm liền, tôi đã phải nỗ lực hết sức để vượt qua các khóa học của chương trình đại học và sau đại học về mọi lĩnh vực trong kinh doanh cũng như trong quản trị kinh doanh. Cuối cùng tôi cũng đã "vượt môn" với khối óc đầy những kiến thức lý thuyết và sự khao khát áp dụng những gì đã học vào cuộc sống thực tế.

Sau khi tốt nghiệp, một cơ may đã đến khi tôi được nhận vào làm trợ lý riêng cho chủ tịch một tập đoàn có khối tài sản trị giá 500 triệu đô la. Bằng cách áp dụng một vài quy luật thành công đề cập trong chương này, tôi đã giúp vị chủ tịch đó thiết lập, quản lý, điều hành và thu được hàng chục triệu đô la từ việc bán các sản phẩm và dịch vụ khác nhau. Trong từng giai đoạn kinh doanh của công ty, tôi đều được vị chủ tịch tận tình hướng dẫn bằng những lời khuyên và kinh nghiệm – những điều vốn đã giúp ông trở thành một trong những người giàu có và nổi tiếng.

Ba năm sau đó, tôi được tuyển vào vị trí giám đốc điều hành của một công ty có số vốn 265 triệu đô la với mức lương gấp ba lần và được cộng thêm quyền lựa chọn mua cổ phần. Ở vị trí mới, tôi đã áp dụng rất nhiều bài học kinh nghiệm mà tôi đã rút ra được trong thời gian làm việc với vị chủ tịch đầu tiên. Và kết quả là tôi có thể tổ chức, định hướng và bố trí lại toàn bộ đội ngũ nhân sự của công ty trong vòng sáu tháng.

Trong suốt quá trình tái tổ chức công ty, tôi đã học được một nguyên tắc thiết yếu trong kinh doanh: bất kỳ sự thay đổi nhanh chóng nào trong kinh doanh cũng sẽ phá vỡ cấu trúc quyền lực hiện tại, và mọi người sẽ đấu tranh mãnh liệt để bảo vệ đặc quyền và địa vị của họ ngay cả khi họ biết rằng điều đó sẽ có hại cho tổ chức. Mọi người thường có tâm lý không muốn thay đổi cũng như không thích những ai tư vấn về thay đổi. Tôi đã trở thành nạn nhân của chính mình vì "sự thay đổi táo bạo" và chẳng mấy chốc tôi lại rơi vào cảnh thất nghiệp và phải tìm kiếm một công việc khác.

Trong hơn hai mươi lăm năm làm việc, bán hàng và quản lý cho hai mươi hai doanh nghiệp lớn nhỏ khác nhau, tôi đã từng chứng kiến những câu chuyện thành công lẫn những thất bại thảm hại. Tôi cũng đã có cơ hội làm việc với hầu như mọi đối tượng doanh nhân, từ những người tài năng và nhạy bén trong thương trường cho đến những người còn thiếu kinh nghiệm, chủ quan và không biết nắm bắt thời cuộc. Ngoài ra, tôi cũng đã đọc rất nhiều sách

báo viết về nhiều lĩnh vực kinh doanh và quản trị kinh doanh, nhưng tôi vẫn tin rằng mình chỉ mới tiếp cận bề mặt của vấn đề. Tuy nhiên, tôi đã triển khai một vài hướng dẫn có tác dụng giúp bản thân xây dựng thành công sự nghiệp kinh doanh cho riêng mình đồng thời cũng giúp nhiều khách hàng cải thiện nhanh chóng tốc độ phát triển, thị phần và lợi nhuận của họ.

Bất kỳ tổ chức kinh doanh nào cũng có thể áp dụng những quy luật được trình bày trong nội dung chương này. Tính thực tế, đơn giản và hiệu quả của những quy luật này cũng đã được chứng minh bởi thực tế kinh doanh. Việc vận dụng thường xuyên những quy luật này chắc chắn sẽ tạo ra những khác biệt, dẫn đến thành công lâu dài của bạn.

20

QUY LUẬT MỤC ĐÍCH

Mục đích của mọi tổ chức kinh doanh là thu hút và duy trì khách hàng.

Hầu hết mọi người đều nghĩ rằng mục đích chính của các tổ chức kinh doanh là tìm kiếm lợi nhuận càng nhiều càng tốt. Nếu xét về mục đích cá nhân của người đã khởi sự hoặc đầu tư vào doanh nghiệp thì suy nghĩ này là đúng. Nhưng nếu xét tổng thể một doanh nghiệp với tất cả những yếu tố liên quan như vị thế trên thương trường, uy tín đối với khách hàng, cơ cấu tổ chức, bộ máy hoạt động, chất lượng sản phẩm hay dịch vụ, con người,... thì lợi nhuận chỉ là một trong những mục tiêu quan trọng mà doanh nghiệp cần hướng đến.

Hệ quả thứ nhất: Lợi nhuận là thước đo mức độ hiệu quả trong việc thực hiện mục tiêu của công ty.

Phần lớn thời gian và nỗ lực của công ty đều tập trung vào việc thu hút và giữ chân khách hàng. Càng giữ chân được nhiều khách hàng, lợi nhuận thu được càng cao. Bạn có thể khẳng định rằng khách hàng là trung tâm cho mọi hoạt động của công ty. Và lợi nhuận chính là thước đo mức độ, khả năng đóng góp của mỗi cá nhân và tập thể vào việc đạt được mục tiêu đó.

Hệ quả thứ hai: Lợi nhuận hiện tại chính là chi phí cho tương lai.

Rất nhiều người có suy nghĩ khá tiêu cực về vai trò của lợi nhuận cũng như việc theo đuổi lợi nhuận. Họ cho rằng điều này khá

"thực dụng". Tuy nhiên, bạn cần nhìn nhận lợi nhuận ở nhiều khía cạnh tích cực. Chính lợi nhuận giúp công ty trang trải các khoản lương bổng, thuế, đầu tư cho sản phẩm và quy trình mới, nghiên cứu và phát triển, cũng như cải thiện dịch vụ khách hàng. Nếu công ty kinh doanh phát đạt, nhân viên sẽ được hưởng lợi rất nhiều từ công việc với mức lương hậu hĩnh đến cơ hội thăng tiến cho những người có năng lực thực sự.

Ngược lại, một doanh nghiệp sẽ thua lỗ khi lợi nhuận thu được không đủ bù đắp cho chi phí hiện tại cũng như để đầu tư tương lai. Sự thua lỗ là biểu hiện của sự giảm sút các hoạt động kinh tế, dễ dẫn đến tình trạng phải đóng cửa. Thua lỗ còn là dấu hiệu của một tương lai chưa được định hướng cho những nhân viên làm việc. Và điều này tất yếu sẽ dẫn đến những khủng hoảng về mặt nhân sự khi không ai có thể chấp nhận đặt cuộc sống của mình vào một nơi không có tương lai rõ ràng.

21

QUY LUẬT TỔ CHỨC

Một tổ chức kinh doanh là một nhóm người cùng nhau làm việc vì một mục đích chung là thu hút và giữ chân khách hàng.

Một tổ chức kinh doanh thường được hình thành khi nhiều cá nhân muốn kết hợp cùng nhau để tạo thành một khối liên kết mạnh mẽ có thể thực hiện hiệu quả việc thu hút và giữ chân khách hàng. Họ muốn mở rộng phạm vi công việc và cùng chia sẻ trách nhiệm để mỗi người chỉ tập trung vào những phần việc có thể phát huy tối đa điểm mạnh của mình. Điều này sẽ tạo ra những vị trí, hoạt động mới giúp công ty phát triển khả năng phục vụ khách hàng. Quá trình phát triển sẽ tiếp diễn liên tục khi đội ngũ nhân viên gia tăng để làm hài lòng nhiều khách hàng hơn nữa.

22

QUY LUẬT THỎA MÃN KHÁCH HÀNG

"Khách hàng luôn luôn đúng!"

Đây được xem là "quy tắc vàng" trong kinh doanh. Chúng ta đang sống trong một nền kinh tế thị trường mà khách hàng là trung tâm và là lực đẩy cho mọi hoạt động. Chưa bao giờ khách hàng có nhiều thông tin và quyền lực đến như vậy. Mọi công ty, tổ chức dù ở bất kỳ quy mô nào cũng phải luôn tìm cách để làm hài lòng

khách hàng nhiều hơn, nhanh chóng hơn và hiệu quả hơn so với các đối thủ cạnh tranh. Những công ty thành công và uy tín nhất là những công ty xem khách hàng là thượng đế và xây dựng cơ cấu kinh doanh dựa trên quy luật này.

Hệ quả thứ nhất: Mọi sự thỏa mãn khách hàng đều đến từ việc giao tiếp giữa người này với người khác.

Bạn khó có thể làm khách hàng thỏa mãn chỉ đơn thuần bằng việc cung cấp sản phẩm hay dịch vụ. Ngoài chất lượng sản phẩm, khách hàng còn mong muốn nhận được thái độ phục vụ ân cần, niềm nở, tác phong chuyên nghiệp, dịch vụ bảo hành uy tín,... Cụ thể hơn, giao tiếp chính là yếu tố quan trọng quyết định sự thỏa mãn của khách hàng. Theo một nghiên cứu của Đại học Harvard, 68% số khách hàng đã thay đổi nhà cung ứng của mình vì sự thờ ơ lãnh đạm của một hay nhiều cá nhân trong công ty. Đó là lý do tại sao những công ty thành công nhất đều có chính sách quy định rõ ràng những nguyên tắc nghiệp vụ mà nhân viên phải thực hiện khi tiếp xúc khách hàng. Mọi nhân viên kể cả cấp lãnh đạo cao nhất phải cam kết tuân thủ chặt chẽ những nguyên tắc phục vụ khách hàng này.

Hằng năm, vào mùa hè, Tập đoàn Walt Disney đều thuê hàng ngàn sinh viên làm việc ở các công viên giải trí Disney. Những sinh viên này được chọn lựa từ trung tuần tháng Năm và được đào tạo nghiệp vụ trong khoảng bốn đến sáu tuần. Sau đó họ sẽ chính thức làm việc trong khoảng tám tuần cao điểm của mùa hè – thời điểm mà trẻ em được nghỉ hè và các công viên giải trí đông khách nhất. Khi được hỏi tại sao Walt Disney phải tổ chức các khóa huấn luyện nghiêm ngặt và mất thời gian dài - 4 đến 6 tuần - cho sinh viên như vậy để sau đó họ chỉ làm việc trong tám tuần trước khi trở lại trường học, các nhà điều hành của Disney giải thích rằng bất kể ai làm việc ở Walt Disney, dù là nhân viên chính thức hay sinh viên bán thời gian cũng cần được huấn luyện nghiêm túc về công việc để có thể thực hiện công việc ở mức độ chuyên nghiệp cao và với tác phong tự nhiên. Các sinh viên khi được huấn luyện đã ý thức hơn về trách nhiệm và tính chất công việc của mình. Họ bắt đầu chú ý hơn đến những điều tưởng chừng như rất nhỏ nhưng lại quyết định thiện cảm của khách hàng như ánh mắt tươi vui, nét mặt rạng rỡ, cách trả lời khéo léo, sự nhiệt tình hướng dẫn tham quan, cách xử lý tình huống tinh tế, cách trò chuyện thân mật với trẻ em,... Câu trả lời của những nhà điều hành này đã mở ra cho chúng ta rất nhiều điều về triết lý chăm sóc khách hàng của Walt Disney – tập đoàn giải trí lớn nhất thế giới.

Hệ quả thứ hai: Những công ty tốt nhất luôn có đội ngũ nhân viên giỏi nhất.

Khả năng thu hút và giữ chân nhân tài đóng vai trò vô cùng quan trọng đối với sự thành công của một công ty. Nếu bạn đang nắm giữ cương vị điều hành hay quản lý của một công ty, dù ở quy mô nhỏ hay lớn, bạn cũng cần dành nhiều thời gian và công sức cho việc tuyển dụng. Hãy cẩn trọng ở cả khâu phỏng vấn lẫn kiểm tra người giới thiệu. Một vị trí tuyển sai có thể đem lại nhiều hậu quả không lường trước được. May mắn thay, kỹ năng phỏng vấn và tuyển dụng không phải là quá khó để bạn học hỏi và áp dụng thực tế.

Hệ quả thứ ba: Vai trò quan trọng của nhà quản lý là tận dụng tối đa nguồn nhân lực để thỏa mãn khách hàng.

Với bất kỳ công việc nào, bạn cũng có hai sự lựa chọn: hoặc tự mình làm lấy hoặc nhờ người khác làm. Tương tự với vị trí quản lý, bạn có thể phân chia công việc cho nhiều người hoặc tự mình thực hiện những công việc đó.

Điều quan trọng cuối cùng về quy luật Thỏa mãn khách hàng là nhân viên sẽ đối xử với khách hàng theo cách mà cấp trên đối xử với nhân viên. Nếu bạn thấy mình được phục vụ tận tình hay tiếp đón lịch thiệp, bạn biết rằng ở nơi đó người quản lý cũng đối xử tốt với nhân viên và ngược lại.

Đừng bao giờ thỏa mãn với chất lượng dịch vụ khách hàng mà hãy luôn tìm cách cải thiện trong khả năng tốt nhất. Hãy xác định xem công ty của bạn đang đứng ở vị trí nào trong bốn cấp độ thỏa mãn khách hàng sau đây. Sau đó, hãy xây dựng kế hoạch hành động để đạt đến những cấp độ cao nhất.

• *Cấp độ một - Mức tối thiểu để tồn tại.* Là đáp ứng được những mong đợi của khách hàng.

• *Cấp độ hai - Vượt quá những gì khách hàng mong đợi.* Những đặc điểm dịch vụ phụ thêm có thể giúp bạn vượt qua đối thủ cạnh tranh.

• *Cấp độ ba - Khách hàng trở nên thích thú.* Bạn có thể đem đến sự ngạc nhiên, thú vị nằm ngoài mong đợi của khách hàng.

• *Cấp độ bốn - Khách hàng thật sự ngạc nhiên.* Điều này thường thấy ở những tổ chức thành công và có uy tín cao. Chất lượng phục vụ vượt quá sự mong đợi của khách hàng nhiều đến mức họ không

chỉ trở thành khách hàng thường xuyên của bạn mà còn giới thiệu cho bạn bè và người thân. Đây cũng là một hình thức PR đơn giản mà hiệu quả lại vô cùng mạnh mẽ.

23

QUY LUẬT KHÁCH HÀNG

Khách hàng luôn tìm cách thỏa mãn lợi ích của mình bằng cách chọn mua sản phẩm hay dịch vụ với số lượng nhiều nhất, chất lượng tốt nhất và với giá thấp nhất có thể.

Bất cứ khách hàng nào cũng tính toán giá trị kinh tế cho những lựa chọn của mình bằng cách tận dụng tối đa mọi cơ hội mua sắm đồng thời giảm thiểu chi phí có thể. Khách hàng luôn mong muốn nhu cầu được đáp ứng một cách nhanh nhất và dễ dàng nhất với giá thấp nhất có thể.

Đây không phải là một vấn đề nan giải mà chỉ là một thực tế của đời sống kinh doanh. Khách hàng sẽ chọn mua sản phẩm hay dịch vụ từ bất kỳ nhà cung cấp nào có thể đáp ứng tốt nhất nhu cầu của họ. Vì vậy, để duy trì khách hàng và phát triển việc kinh doanh, bạn cần phải làm hài lòng mọi đối tượng khách hàng. Đôi khi điều này thật không dễ dàng vì có những khách hàng dễ chịu, nhưng cũng có những khách hàng nóng nảy, tính khí thất thường và thiếu kiên nhẫn. Những khách hàng này đòi hỏi ở bạn sự cư xử khéo léo cùng với kiến thức kinh doanh nhất định.

Nhiều người nhầm lẫn giữa hai khái niệm trở ngại thực tế và vấn đề khó khăn. Trở ngại thực tế là điều không thể tránh được của cuộc sống và bạn không còn cách lựa chọn nào khác ngoài việc chấp nhận sống chung, chẳng hạn như thời tiết, môi trường, khí hậu... Còn vấn đề khó khăn là những sự việc xảy ra trong những tình huống cụ thể mà bạn có khả năng giải quyết.

Khi sự việc xảy ra, bạn hãy kiểm tra xem đây là một trở ngại của thực tế hay là vấn đề phát sinh? Nếu vấn đề thuộc về trở ngại thực tế, bạn chỉ nên xác định cần phải làm gì bây giờ, chứ không phải thắc mắc chuyện gì đã xảy ra hay phải đổ lỗi cho ai hoặc hối tiếc lẽ ra bạn đã có thể làm khác đi.

Hệ quả thứ nhất: Khách hàng là những người luôn đòi hỏi.

Họ nâng tầm những công ty phục vụ họ tốt nhất lên vị trí cao hơn và đẩy những công ty phục vụ họ tồi tệ đến bờ vực thẳm.

Sam Walton[1] có lần đã phát biểu: "Tất cả chúng ta đều có chung một người chủ, đó là khách hàng. Người chủ này có thể sa thải chúng ta bất cứ lúc nào bằng cách quyết định tìm đến nơi khác mua hàng."

[1] Sam Walton (1918-1992) - Người sáng lập mạng lưới trung tâm bách hóa đại hạ giá Wal-Mart, được tạp chí Forbes xếp hạng là người giàu nhất nước Mỹ trong các năm 1985-1988. Sam Walton giữ chức giám đốc điều hành kiêm chủ tịch của Wal-Mart cho đến năm 1988, sau đó trở thành Chủ tịch Hội đồng Quản trị cho đến những ngày cuối đời.

Thật sự khách hàng không quan tâm đến các vấn đề của công ty bạn. Họ chỉ quan tâm đến sự thỏa mãn nhu cầu của bản thân hơn là sự thành bại của công ty. Tôi đã thấy rất nhiều trường hợp khi một công ty làm ăn thua lỗ hoặc không thể giảm giá để làm hài lòng khách hàng thì khách hàng lặng lẽ rút lui, thông báo tình hình cho mọi người và không bao giờ quay trở lại.

Hệ quả thứ hai: Khách hàng luôn có lý khi theo đuổi con đường ít trở ngại nhất để có được những gì họ muốn.

Xét từ quan điểm của khách hàng, việc mua hàng là nhằm mục đích thỏa mãn nhu cầu bản thân, chứng minh địa vị cá nhân, cải thiện cuộc sống riêng tư. Khách hàng vốn rất nhạy bén đủ để nhận biết điều gì đem lại lợi ích tốt nhất cho họ. Khi bước vào kinh doanh, bạn cần nhớ rằng vận mệnh công ty của bạn sẽ tùy thuộc khách hàng. Quyết định của khách hàng luôn hợp lý xét từ quan điểm của họ. Từ khi sản phẩm của bạn mới được định hình, khách hàng đã quyết định sự thành công của bạn. Chỉ bằng cách phục vụ nhu cầu và đáp ứng mong muốn của khách hàng thì công việc kinh doanh của bạn mới có thể tồn tại và phát triển.

Hệ quả thứ ba: Kế hoạch kinh doanh phù hợp luôn bắt đầu với việc khách hàng là tâm điểm của sự chú ý và thảo luận.

Một số công ty có xu hướng tạo ra sản phẩm hay dịch vụ theo quan điểm riêng của mình mà không quan tâm đến suy nghĩ, cảm xúc và nhu cầu của khách hàng. Khi không lắng nghe khách hàng, các công ty đó đang tự mình đánh mất mối dây liên hệ với đời sống thực tế.

Để tránh tình trạng này, bạn hãy đặt mình ở vị trí khách hàng mỗi khi thảo luận về bất cứ kế hoạch hay hoạt động nào liên quan đến sản phẩm và dịch vụ mà công ty dự định tung ra thị trường. Hãy

tự hỏi: Nếu là khách hàng, mình mong muốn điều gì ở sản phẩm mới này? Sản phẩm mới này cần cải thiện điều gì để trở nên tiện dụng hơn? Dịch vụ sắp đưa ra cần phải thỏa những điều kiện nào để thu hút một khách hàng khó tính như mình?

Để có được khách hàng, không nhất thiết bạn phải giao dịch trực tiếp hay tiếp xúc đối tượng tiềm năng. Bạn cần hiểu "khách hàng" ở phạm vi tổng thể hơn. Bất cứ cá nhân nào cũng có những "khách hàng" nhất định. Khách hàng đầu tiên của bạn là người quyết định mức lương và khả năng thăng tiến của bạn. Theo định nghĩa này, trừ khi chính bạn là chủ doanh nghiệp, nếu không khách hàng đầu tiên của bạn sẽ là cấp trên trực tiếp. Mức độ cấp trên hài lòng về bạn sẽ quyết định con đường sự nghiệp của bạn.

Nếu bạn là một nhà quản lý và có đội ngũ nhân viên cấp dưới, thì những người này cũng sẽ trở thành khách hàng của bạn. Cách bạn đối xử và quan tâm đến nhân viên sẽ quyết định mức độ thỏa mãn khách hàng của bạn.

Nếu bạn phụ trách công việc ở bộ phận kế toán hay hành chính thì khách hàng của bạn là những người phải sử dụng những gì bạn tạo ra, chẳng hạn như báo cáo tài chính, dữ liệu thống kê của máy tính hay những thông tin khác...

Dù bạn làm bất cứ công việc nào, bạn cũng có một đối tượng "khách hàng" nhất định. Và nhiệm vụ của bạn là làm hài lòng những khách hàng quan trọng này ở mức độ cao nhất.

Điều này sẽ quyết định mức độ thành công trong công việc kinh doanh của bạn.

24

QUY LUẬT CHẤT LƯỢNG

Khách hàng luôn đòi hỏi chất lượng cao nhất với mức chi phí bỏ ra thấp nhất.

Quy luật Chất lượng này đúng với mọi đối tượng khách hàng. Khách hàng luôn tìm kiếm cơ hội có thể mua được hàng hóa hay dịch vụ với chất lượng cao nhất nhưng chỉ phải bỏ chi phí ít nhất. Những công ty hay nhà cung cấp nào đáp ứng được tiêu chuẩn này của khách hàng ở mức độ cao nhất sẽ thành công trên thương trường.

Năm 1989, xe hơi Lexus của Toyota và Infiniti của Nissan cùng

được giới thiệu vào thị trường Mỹ. Cả hai hãng xe đều quảng cáo những chiếc xe hơi của họ là xe của tương lai, với các đặc điểm sang trọng, hiện đại như của những chiếc xe châu Âu đắt tiền nhưng giá rẻ hơn đến 10.000 đô la, 20.000 đô la hay 30.000 đô la. Cả Toyota và Nissan cũng cam kết với khách hàng về chất lượng uy tín của chiếc xe khi đưa vào thị trường Mỹ. Và họ đã thành công với doanh số hàng năm liên tục đạt mức hàng triệu đô la. Hơn nữa, từ năm 1991 trở đi, Lexus và Infiniti luôn được khách hàng bình chọn là những loại xe tốt nhất, cả về chất lượng xe lẫn dịch vụ hậu mãi, trong tổng số 557 mẫu xe ô tô được bán ở Mỹ.

Hệ quả thứ nhất: Chất lượng là những gì khách hàng quy định và sẵn sàng bỏ chi phí để có được.

Khách hàng là người có thể đưa ra định nghĩa chính xác nhất về chất lượng của dịch vụ hay sản phẩm mà họ đang có nhu cầu. Đôi khi định nghĩa này cũng không hẳn là rõ ràng nhưng đa phần khách hàng bầu chọn chất lượng theo cách mà họ bỏ chi phí ra để được sở hữu. Điều thú vị là hơn 80% quyết định mua hàng ngày nay được đưa ra hoặc chịu ảnh hưởng mạnh mẽ bởi phụ nữ.

Trong cuốn sách Quality without Tears, Philip Crosby đã viết:

"Chất lượng của một sản phẩm có thể được đo bằng tỷ lệ phần trăm giữa độ bền thực tế so với độ bền mà nhà sản xuất ấn định".

Chẳng hạn, bạn có thể đo chất lượng của một chiếc đồng hồ bằng cách xác định xem nó báo thời gian chính xác trong bao lâu. Nếu đồng hồ chạy chính xác đến 100% thời gian thì nó sẽ được đánh giá 100% về chất lượng.

Hoặc chất lượng của một chiếc xe hơi được đánh giá dựa trên thời gian sử dụng mà không cần phải sửa chữa trừ những bộ phận đã được xác định rõ thời hạn sử dụng. Nếu chiếc xe chạy mà không gặp trục trặc gì trong 100% thời gian, nó được đánh giá là có 100% chất lượng.

Đáng tiếc là ngày nay khoảng 25% các sản phẩm được sản xuất phải gia công lại ngay tại nhà máy vì những khiếm khuyết về chất lượng. Trong cuốn sách khác, Quality is Free, Philip Crosby kết luận rằng: việc sản xuất ra một sản phẩm có chất lượng cao, không khiếm khuyết sẽ thực sự tiết kiệm tiền bạc và tăng lợi nhuận cả trước mắt lẫn lâu dài. Trong giai đoạn hiện thời, chất lượng tạo ra khách hàng nhưng về lâu dài, danh tiếng về chất lượng sẽ giữ chân được khách hàng quan trọng và nhiều tiềm

năng nhất.

Hệ quả thứ hai: Chất lượng không chỉ là bản thân sản phẩm hay dịch vụ mà còn là cách thức cung cấp, phân phối và bảo hành.

Khách hàng không chỉ chờ đợi một sản phẩm hay dịch vụ mình chọn mua có độ bền về thời gian sử dụng hay tính hiệu quả cao trong cách thức sử dụng mà khách hàng còn quan tâm đến các hoạt động mua hàng như thái độ phục vụ, chính sách bảo hành, chế độ ưu đãi,... Đây là những yếu tố tạo sự khác biệt và cạnh tranh giữa các nhà phân phối và cũng là một yếu tố quan trọng gây ấn tượng với khách hàng.

Bạn có thể xem ví dụ minh họa thuộc về lĩnh vực ẩm thực. Ngày nay, khách hàng thường có xu hướng đến một nhà hàng cao cấp để được thưởng thức những món ăn ngon; được phục vụ tận tình, chu đáo; được hưởng bầu không khí thoải mái thú vị. Khách hàng sẵn sàng bỏ nhiều tiền ra để được "sở hữu" những điều này và họ luôn đánh giá những yếu tố này là "chất lượng" của một nhà hàng. Ngay cả một sản phẩm bình thường, không có gì đặc biệt cũng có thể khác biệt nếu sản phẩm đó được bán và phục vụ với một thái độ vui vẻ và lịch thiệp; góp phần làm tăng giá trị sản phẩm trong nhận thức của khách hàng. Sự hài lòng của khách hàng chính là phần cốt lõi của chất lượng.

Hệ quả thứ ba: Lợi nhuận của các công ty tỷ lệ thuận với mức độ khách hàng đánh giá về chất lượng sản phẩm.

Tâm trí của khách hàng luôn có sẵn sự phân định về thứ hạng chất lượng của những sản phẩm cùng chủng loại. Hãy sử dụng những nghiên cứu thị trường để tìm hiểu xem chất lượng sản phẩm của công ty bạn đang ở đâu so với đối thủ cạnh tranh. Những công ty xếp ở những vị trí đầu tiên thường là những công ty có lợi nhuận và thị phần cao nhất. Điều này không khó lý giải vì các công ty giữ vị trí hàng đầu đã đáp ứng được nhu cầu của khách hàng về sự an tâm và chắc chắn về chất lượng sản phẩm. Khi phải chọn lựa giữa một mặt hàng giá cao với một mặt hàng giá thấp hơn, thì khách hàng thường sẽ chọn sản phẩm giá cao vì họ biết giá cao luôn gắn liền với chất lượng cao. Chất lượng cao lại gắn liền với nhận thức của khách hàng về tính an toàn. Và nhận thức này sẽ làm giảm cảm giác không chắc chắn hay mạo hiểm khi đưa ra quyết định mua hàng.

Đó là lý do tại sao mọi người vẫn thường nói: "Nếu bạn đủ khả năng mua những sản phẩm có chất lượng, bạn sẽ không bao giờ

nghĩ đến việc mua những thứ kém chất lượng". Hầu như luôn có mối quan hệ trực tiếp giữa số tiền bạn phải trả và chất lượng của sản phẩm hay dịch vụ mà bạn sẽ nhận được. Hiếm khi bạn sở hữu được chất lượng tốt với giá thấp và việc bạn nhận được thứ gì mà không phải trả đồng nào là vô cùng hy hữu. Bạn luôn có những thứ đúng như những gì bạn đã trả tiền mua. Trong một xã hội cạnh tranh, bạn có thể yên tâm rằng chi phí cao sẽ đảm bảo chất lượng cao và mức độ rủi ro thấp.

Thomas Ruskin đã từng cảnh báo: *"Cảm giác vui mừng vì mua được hàng với giá thấp không thể đánh bại cảm giác cay cú do mua phải hàng chất lượng kém."*

Dù chất lượng sản phẩm của bạn ở vị trí nào trong tâm trí khách hàng đi nữa, bạn cũng phải luôn cam kết đặt chất lượng lên hàng đầu. Sự cam kết này không chỉ cổ vũ và tạo động lực làm việc cho nhân viên mà còn gia tăng mức lợi nhuận. Những công ty với sản phẩm có chất lượng cao nhất cũng là những công ty kiếm được lợi nhuận cao nhất. Họ chính là đại diện của những cơ hội lớn nhất trong tương lai.

25

QUY LUẬT LỖI THỜI

Những gì đang tồn tại rồi cũng sẽ trở nên lỗi thời.

Quy luật Lỗi thời cho rằng tất cả mọi thứ - từ sản phẩm, dịch vụ, kỹ năng, năng lực quan trọng đến việc quảng cáo, chiến lược tiếp thị, và các quy trình kinh doanh, v.v. - đều sẽ trở nên lạc hậu theo thời gian. Thay đổi là một phần tất yếu và không thể tránh khỏi của cuộc sống. Để tồn tại và phát triển, công ty bạn phải tăng tốc và chuẩn bị tinh thần để sẵn sàng đối phó với những biến đổi liên tục xảy ra.

Hệ quả thứ nhất: Ngày mai sẽ khác với hôm nay.

Với thực tế kinh doanh ngày nay, những ai cản trở trào lưu thay đổi qua việc không thể thích nghi, hoặc thích nghi quá chậm với sự cạnh tranh khốc liệt đang xảy ra, sẽ là những người dễ thất bại nhất.

Hệ quả thứ hai: Đổi mới và cải tiến liên tục là yếu tố cần thiết để tồn tại và phát triển.

Đổi mới và cải tiến không phải là những việc bạn chỉ làm khi có đủ

thời gian và tài chính. Nếu một công ty không đưa ra đường hướng đổi mới liên tục, chắc chắn tình hình kinh doanh hiện tại của công ty ấy đang lung lay và một tương lai không vững chắc. Họ sẽ bị các đối thủ cạnh tranh bỏ lại đằng sau, thậm chí bị mua lại, sáp nhập.

Những công ty thành đạt nhất, trong hầu hết mọi điều kiện kinh tế, là những công ty không ngừng đổi mới cũng như liên tục giới thiệu các sản phẩm và dịch vụ mới, thậm chí ngay cả khi công việc kinh doanh không được như ý. Dường như có sự tỉ lệ thuận giữa số lượng ý tưởng mới mà công ty cố gắng thực hiện với thành công tài chính của công ty.

Hệ quả thứ ba: Cách tốt nhất để dự đoán tương lai là tạo ra tương lai.

Một lần, khi Walt Disney được hỏi liệu ông có lo lắng về việc những người khác sao chép ý tưởng của ông không, ông đã không ngần ngại trả lời: "Không hề gì! Tốc độ sáng tạo ý tưởng mới của chúng tôi nhanh đến mức khó ai có thể đủ sức đuổi kịp để đánh cắp".

Câu nói này của Disney có thể làm triết lý kinh doanh cho các công ty: tự do nghĩ đến các ý tưởng sáng tạo ngay cả khi chưa có đủ thời gian hay nguồn lực để triển khai tất cả các ý tưởng đó. Sau khi đã có ý tưởng, bạn mới bắt đầu suy xét mọi khả năng có thể để chọn ra những ý tưởng có triển vọng thành công cao nhất vào thời điểm đó và vận dụng vào thực tế.

Hãy sẵn sàng đón nhận ý tưởng của mọi người. Ý tưởng sáng tạo không chỉ dừng lại ở cấp quản lý điều hành hay các bộ phận thiết kế mà có thể đến từ bất kỳ cá nhân nào. Đôi khi ý tưởng cá nhân này có thể góp phần tạo ra cuộc cách mạng đối với công ty cũng như với cả nền công nghiệp. Có thể bạn đã biết câu chuyện về một nhà nghiên cứu của Công ty 3M ở Minnesota. Nhà nghiên cứu này gặp khó khăn khi gắn chiếc thẻ đánh dấu vào các trang kinh thánh đang đọc nửa chừng của mình nên đã tìm cách thí nghiệm với rất nhiều loại keo dán để tìm ra một loại chất dính có khả năng bám dính nhưng khi gỡ ra vẫn không ảnh hưởng đến bề mặt hay làm mất đi độ dính. Sau thời gian miệt mài nghiên cứu, ông đã chế tạo được một chất dính mà ngày nay đã được phát triển thành loại giấy Notes dùng trong văn phòng. Công ty 3M giờ đây đã thống trị thị trường thế giới về giấy Notes có keo dính và doanh thu mỗi năm cho loại sản phẩm này lên đến hàng trăm triệu đô la. Bản thân nhà nghiên cứu ấy cũng đã trở thành người giàu có vì

được hưởng một phần lợi nhuận thu được.

26

QUY LUẬT ĐỔI MỚI

Mọi bước đột phá trong kinh doanh đều bắt nguồn từ sự đổi mới, từ việc đem lại cho thị trường hiện tại những thứ tốt hơn, rẻ hơn, nhanh hơn, mới hơn hay hiệu quả hơn.

Trong cuốn Innovation and Entrepreneurship, Peter Drucker đã bàn về bảy yếu tố chính tạo ra đổi mới trong kinh doanh. Ông giải thích một vài yếu tố mà bạn có thể sử dụng để đổi mới cách sống cho cả bản thân lẫn công việc kinh doanh của bạn, trong đó có thành công ngoài mong đợi và thất bại ngoài mong đợi. Trong trường hợp nào bạn cũng phải phân tích cẩn thận những gì đã xảy ra để quyết định xem liệu có bước đột phá tiềm năng nào xảy ra không.

Thuyết tư duy quan trọng "phần nổi của tảng băng" đặc biệt hữu ích trong việc kiểm tra những thành công, thất bại, hay bất cứ sự kiện nào ngoài mong đợi. Bất cứ khi nào có điều gì khác thường xảy ra, bạn hãy tự trả lời câu hỏi sau: Đây chỉ là một sự kiện đơn lẻ hay là phần nổi của tảng băng? Liệu điều này có phải là sự bắt đầu của một xu hướng hay là dấu hiệu của bước chuyển đổi mạnh mẽ của thị trường? Nhiều bước đột phá lớn trong kinh doanh có được thông qua sự nhạy bén biết phân tích thị trường. Nếu nhận biết một xu hướng mới sắp diễn ra trên thị trường, công ty sẽ tìm cách tung ra sản phẩm mới đáp ứng xu hướng đó. Hoặc ngược lại, nếu thấy diễn biến tình hình có vẻ không có lợi cho sản phẩm hay dịch vụ, công ty sẽ ngay lập tức đưa ra giải pháp hành động để giảm thiểu thiệt hại cũng như phát triển các sản phẩm hoặc dịch vụ khác thay thế khi vẫn còn thời gian.

Có lẽ xu hướng quan trọng nhất của thời đại chúng ta là ảnh hưởng của máy tính cá nhân và mạng Internet. Khi chiếc máy tính cá nhân đầu tiên được phát triển, hãng IBM đã tiến hành một cuộc khảo sát về tương lai của sản phẩm này. Các chuyên gia tư vấn của IBM đã đi đến kết luận rằng toàn bộ thị trường thế giới cho máy tính cá nhân chỉ có từ 300 đến 400 bộ mỗi năm. Công ty này đã quyết định tập trung vào sản xuất máy tính trung tâm. Ngày nay, hơn 50 triệu máy tính cá nhân được bán mỗi năm, và máy tính trung tâm đã lui một bước trong công cuộc cách mạng máy tính. IBM đã bỏ qua phần nổi của tảng băng!

QUY LUẬT CÁC YẾU TỐ THÀNH CÔNG QUYẾT ĐỊNH

Sự thành công hay thất bại của mọi tổ chức kinh doanh đều được đo lường và quyết định bởi một vài yếu tố thành công chính yếu.

Những yếu tố thành công mang tính quyết định sống còn trong kinh doanh có thể được ví như những chức năng cần thiết cho sự sống của cơ thể, chẳng hạn như nhịp tim, nhịp thở, huyết áp, điện tâm đồ,... Những chức năng này là dấu hiệu và thước đo toàn bộ sức khỏe và sự tồn tại của một cá nhân. Thiếu bất kỳ chức năng nào, thậm chí chỉ trong giây lát, đều có thể dẫn đến nguy hiểm. Các công ty cũng có những yếu tố thành công đo lường sự hưng thịnh và sinh tồn của mình. Nhiều yếu tố khá quen thuộc và phổ biến nhưng cũng có một số yếu tố mang tính đặc thù mà các tổ chức khác không có.

Những yếu tố thành công quan trọng nhất trong kinh doanh là vai trò lãnh đạo, chất lượng sản phẩm, dịch vụ, bán hàng, tiếp thị, sản xuất, phân phối, nghiệp vụ kế toán và tài chính. Từng yếu tố này phải được thực hiện đồng bộ thì công ty mới gặt hái được kết quả cao nhất. Thực hiện kém hiệu quả hay không thực hiện bất kỳ yếu tố nào có thể đe dọa đến sự tồn tại của công ty.

Hệ quả thứ nhất: Mỗi cá nhân đều có những yếu tố thành công quyết định riêng của mình và những yếu tố ấy quyết định công việc kinh doanh trong tương lai của cá nhân đó.

Để thực hiện xuất sắc công việc, chắc chắn mỗi cá nhân cần phải có các kỹ năng quan trọng hay năng lực cốt lõi nào đó. Sự yếu kém hay thất bại trong bất kỳ kỹ năng quan trọng nào cũng có thể làm suy yếu toàn bộ năng lực và khả năng của bạn trong việc thực hiện hiệu quả công việc. Để giảm thiểu tình trạng này, trước hết bạn hãy nhận ra những yếu tố thành công quan trọng của công việc, đánh giá những điểm mạnh, điểm yếu của bản thân và sau đó phát triển một kế hoạch để trở nên thành thạo trong những lĩnh vực có thể giúp bạn nhiều nhất.

Ví dụ, việc giải quyết vấn đề và ra quyết định là những yếu tố thành công quan trọng đối với những người làm kinh doanh. Đây là những năng lực chính, là trung tâm của mọi hoạt động kinh doanh. Nếu sức khỏe bạn không tốt hay bạn phải chịu đựng những cú sốc tinh thần, chắc chắn bạn không thể đưa ra những quyết định thông minh và sáng suốt. Trong trường hợp này, nếu

mọi người phụ thuộc vào quyết định của bạn thì vấn đề sẽ thật mạo hiểm. Một phòng ban, một nhóm hay một tập thể hoàn toàn có thể bị ảnh hưởng bởi sự yếu kém về một yếu tố thành công quyết định của một cá nhân nắm giữ vai trò quan trọng.

Trong từng lĩnh vực riêng biệt lại có những yếu tố thành công quyết định. Ví dụ, trong khâu bán hàng, sự yếu kém trong khâu đào tạo có thể làm giảm hiệu quả bán hàng của nhân viên khiến người đó chỉ bán được một số ít so với khả năng của mình. Ở nhiều công ty, lực lượng bán hàng hầu như không được đào tạo chuyên môn hoặc nếu có thì rất ít. Điều này giải thích vì sao mức doanh thu không được như những gì cấp quản lý mong đợi. Vì vậy, các công ty hãy tập trung đầu tư vào một yếu tố thành công quan trọng cụ thể, điển hình là việc đào tạo bán hàng để từ đó làm tăng gấp đôi hoặc thậm chí gấp ba doanh số bán hàng của nhân viên.

Về mặt cá nhân của bạn, để xác định những yếu tố thành công quan trọng, bạn cần phải trả lời hai câu hỏi. Câu hỏi thứ nhất: "Tại sao tôi lại được hưởng mức lương đó?". Cụ thể hơn, "Tôi được trả lương để thực hiện những công việc, nhiệm vụ gì?". Dù câu trả lời của bạn đối với câu hỏi này là gì thì đó cũng là vấn đề mà bạn cần dành nhiều thời gian để suy xét.

Sau khi đã trả lời xong câu thứ nhất, bạn hãy tiếp tục ở câu hỏi thứ hai: "Điều gì mà chỉ có tôi làm được và nếu tôi làm tốt, công ty sẽ có những sự khác biệt rõ ràng?". Để trả lời câu hỏi này, bạn hãy nghĩ đến những nhiệm vụ hay trách nhiệm mà chỉ có bạn mới đảm đương nổi và không ai thay th được. Và nếu bạn tận tâm hoàn thành nhiệm vụ, bạn sẽ tạo ra sự khác biệt lớn đối với cả công ty cũng như đối với bản thân bạn.

Bất cứ nhân viên nào cũng nên tìm câu trả lời thỏa đáng và chính xác nhất cho hai câu hỏi trên. Đây là cách để đảm bảo rằng mỗi người đang tập trung nỗ lực tuyệt đối của mình vào các yếu tố thành công quan trọng của cá nhân.

Hệ quả thứ hai: Yếu tố thành công quan trọng mà bạn yếu nhất xác định mức độ thuần thục việc bạn sử dụng tất cả các kỹ năng khác của mình.

Ưu điểm cá nhân và năng lực cốt lõi là yếu tố giúp bạn có được vị trí hiện tại. Đó cũng chính là nền tảng để xác lập địa vị bản thân và quyết định thu nhập của bạn. Ngược lại, nhược điểm cá nhân sẽ tạo ra rào cản ngăn bạn vươn đến đỉnh cao. Yếu tố thành công

quan trọng mà bạn yếu nhất sẽ quyết định tốc độ và chiều dài quãng đường bạn đang tiến bước. Yếu tố này tương tự như một chiếc phanh kìm hãm tiềm năng của bạn.

Để tiến về phía trước nhanh hơn, bạn phải tuyệt đối trung thực với bản thân trong việc nhận diện và đối mặt với những điểm yếu của mình. Những điểm yếu đó là gì? Kỹ năng nào khi được phát triển và tận dụng một cách hiệu quả sẽ tạo ra tác động tích cực nhất cho nghề nghiệp của bạn? Bất kể câu trả lời là gì, đó cũng là cơ sở để bạn bắt đầu hành động cho chính bản thân mình. Đây cũng chính là nơi sẽ giúp bạn có được thành quả lớn nhất từ việc nâng cao năng lực bản thân.

28

QUY LUẬT THỊ TRƯỜNG

Thị trường là nơi người mua và người bán gặp nhau để thiết lập giá cả cũng như quyết định việc phân phối tiền bạc, lao động, nguyên vật liệu cũng như các yếu tố sản xuất khác.

Thị trường là một nơi tưởng tượng, không thật sự tồn tại nhưng có mặt ở bất cứ mọi nơi. Thị trường đại diện cho hàng triệu quyết định mua và bán ở mọi cấp độ xã hội và trong mọi loại hình doanh nghiệp công và tư. Tổng số những quyết định mua bán này sẽ xác định giá cả của hầu như mọi thứ trong một thị trường giao thương tự do.

Hệ quả thứ nhất: Trong một thị trường tự do, các nguồn lực sẽ được phân bổ một cách hoàn toàn hiệu quả và giá cả sẽ phản ánh chính xác tình hình cung và cầu tại thời điểm đó.

Hệ quả này thường được áp dụng ở lĩnh vực thị trường chứng khoán, chứng minh rằng toàn bộ giá cổ phiếu vào thời điểm đóng cửa mỗi ngày sẽ phản ánh chính xác mọi thông tin về viễn cảnh hiện tại và tương lai của công ty tham gia sàn giao dịch chứng khoán. Hệ quả này còn nói rằng kiến thức về các yếu tố ảnh hưởng đến giá cả sẽ lan rất nhanh tới những người quan tâm đến kinh tế.

Hệ quả thứ hai: Thị trường tự do là cách hiệu quả nhất để đáp ứng nhu cầu của hàng triệu người với chi phí thấp nhất có thể.

Thị trường tự do có lẽ là một trong những tiến bộ quan trọng của con người. Thị trường tự do không ngừng hình thành và hoạt động tự phát gần như ở mọi nơi mà không có sự can thiệp của chính phủ trong các hoạt động kinh tế hay các quyết định kinh tế.

Thị trường càng tự do thì nền kinh tế càng sôi động, càng tạo được nhiều sản phẩm, dịch vụ và cơ hội kinh doanh cho mọi người.

Chẳng hạn, gần như mọi hoạt động ở Hồng Kông đều không chịu ảnh hưởng bởi các quy định của chính phủ, ngoại trừ trong lĩnh vực an toàn giao thông và an ninh trật tự. Mức thuế thu nhập cao nhất là 20%, cho cả cá nhân và tổ chức kinh doanh. Hồng Kông trước đây vốn là thuộc địa của Anh, diện tích nhỏ hẹp, không có nguồn tài nguyên thiên nhiên. Tuy vậy, Hồng Kông đã nhanh chóng vươn lên trở thành một trong những nền kinh tế sôi động nhất thế giới do không có sự can thiệp của chính phủ. Bán đảo nhỏ này đã sản sinh ra vô số triệu phú và tỷ phú. Nhờ thị trường tự do, Hồng Kông thịnh vượng đến mức luôn phải đối diện với vấn đề thiếu hụt lao động.

Hệ quả thứ ba: Thị trường càng tự do thì mức cung các loại hàng hóa, dịch vụ càng lớn và càng đem lại sự thịnh vượng cho mọi người.

Hàng năm, tổ chức Heritage Foundation đều xuất bản cuốn Danh mục Tự do Kinh tế, xếp hạng các quốc gia trên thế giới theo chỉ số "tự do kinh tế". Qua nhiều năm nghiên cứu và so sánh, tổ chức này đã chỉ ra rằng sức khỏe, tài sản vật chất, sự thịnh vượng nói chung và cơ hội kinh tế của một cá nhân sẽ tỷ lệ thuận với mức độ mở cửa của thị trường và sự tự do kinh doanh không có can thiệp hay các quy định nghiêm ngặt của chính phủ.

Mọi sự can thiệp của chính phủ đối với sự tự do của thị trường giao thương thường được biện minh bằng một lý do nghe có vẻ hợp lý rằng tất cả là vì lợi ích của công chúng. Nhưng trên thực tế, đây là vấn đề liên quan đến quyền lợi và chính trị. Mỗi sự can thiệp của chính phủ thường kết thúc bằng việc tăng giá hoặc giảm mức cung, khiến khách hàng chịu thiệt vì phải trả nhiều chi phí hơn cho một sản phẩm hay dịch vụ so với lúc thị trường không bị hạn chế. Nói cách khác, việc can thiệp vào thị trường hiếm khi nào đem lại sự giảm giá cho bất kỳ ai, đối với bất kỳ sản phẩm hay dịch vụ nào về lâu dài mà mục đích của việc can thiệp thường là ngược lại.

Thành công trong kinh doanh phụ thuộc vào khả năng xâm nhập thị trường và cạnh tranh lành mạnh. Thị trường tự do cho phép một người chỉ bằng hai bàn tay trắng nhưng có ý tưởng, nghị lực và tham vọng có thể xây dựng nên cơ nghiệp lớn.

QUY LUẬT CHUYÊN MÔN HÓA

Những gì bạn mong đợi với tất cả sự tự tin sẽ trở thành lời tiên tri hoàn thành ước nguyện của riêng bạn.

Khi bạn dự định thiết kế một sản phẩm hay dịch vụ mới để tung ra thị trường, bạn phải xác định rõ ràng đối tượng, mục đích, tính năng sử dụng của sản phẩm hay dịch vụ đó. Bạn đừng cố tạo ra một sản phẩm có thể đáp ứng tất cả mọi nhu cầu của khách hàng vì đó là điều không khả thi và vô ích. Nếu khách hàng không hiểu rõ về mục đích sử dụng hay ứng dụng cụ thể của sản phẩm, họ sẽ chuyển sang dùng sản phẩm khác.

Hệ quả: Các tổ chức kinh doanh sẽ thất bại khi sản phẩm và dịch vụ của họ không còn tính chuyên môn hóa và không phục vụ đủ lượng khách hàng một cách hiệu quả xét về mặt chi phí.

Sự chuyên môn hóa là khởi điểm cho việc tiếp thị thành công. Bạn phải xác định rõ ràng mình đang cung cấp sản phẩm gì và cho đối tượng khách hàng nào. Đây là yếu tố vô cùng quan trọng quyết định sự thành công của công ty bạn. Chỉ cần một thay đổi hay một chuyển dịch nhỏ trong nền tảng hay tâm điểm khách hàng có thể gây ra những tác động to lớn ảnh hưởng đến doanh thu của bạn, theo chiều hướng tăng hoặc giảm.

Bạn hãy xem ví dụ về thị trường xe hơi. Mỗi năm có hàng trăm mẫu xe hơi khác nhau được tung ra thị trường. Mỗi mẫu xe được thiết kế cho một đối tượng khách hàng riêng, phù hợp với thị hiếu, kinh nghiệm, thu nhập, sở thích và nhu cầu riêng biệt. Các công ty như Toyota, Ford và Daimler Chrysler đã thành công vượt trội vì biết thiết kế những kiểu mẫu nhằm thỏa mãn các nhu cầu cụ thể của từng phân khúc thị trường lớn về xe hơi. Các hãng xe khác phải chật vật cạnh tranh và thua lỗ vì đã thất bại trong việc chuyên môn hóa các sản phẩm cung cấp cho một thị trường khách hàng đặc thù.

Tương tự, chúng ta thấy sự thành công của việc chuyên môn hóa trong các bước đột phá Internet, qua đó các công ty có ý tưởng lớn được cổ phần hóa với giá cổ phiếu cao ngất. Chỉ trong vòng vài tháng, những công ty này có thể trở thành những tập đoàn lớn, thậm chí vào hàng đại gia, theo đúng mức độ mà họ đã chuyên môn hóa để thu hút một lượng khách hàng vừa đủ.

30

QUY LUẬT KHÁC BIỆT

Nếu muốn thành công trong thị trường cạnh tranh, một sản phẩm hay dịch vụ phải có lợi thế cạnh tranh hay một đặc điểm độc đáo để có thể nổi bật ở một khía cạnh nào đó so với sản phẩm hay dịch vụ của đối thủ cạnh tranh.

Để thu hút được sự quan tâm và đón nhận của khách hàng, sản phẩm của bạn phải đảm bảo có những ưu điểm hay chất lượng đặc biệt và nổi trội hơn so với sản phẩm cùng chủng loại hoặc sản phẩm có khả năng thay thế của các đối thủ cạnh tranh.

Hệ quả thứ nhất: Việc xác định một ưu thế sản phẩm độc đáo (USP – Unique Selling Proposition) là điểm khởi đầu cho việc quảng cáo và bán hàng thành công.

Bạn cần phải tóm tắt chỉ trong một hoặc hai câu những điểm nổi bật nhất về doanh nghiệp của bạn, những điều làm sản phẩm hay dịch vụ của bạn trở nên độc đáo hay khác biệt so với đối thủ cạnh tranh. Ford khẳng định: "Quality Is Job One" (Chất lượng là hàng đầu). BMW tự hào gọi những chiếc xe hơi của mình là "The Ultimate Driving Machine" (Cỗ máy lái thượng thặng). Nội dung quảng cáo và tiếp thị của IBM dựa trên tiêu chí "Quality and Customer Service" (Chất lượng và Dịch vụ Khách hàng). Nordstrom nổi tiếng và có mức lợi nhuận cao vì uy tín về "Service" (Dịch vụ) còn Coca-Cola là "The Real Thing" (Sản phẩm chính hiệu)... Những ưu thế sản phẩm độc đáo như thế này đã chuyển tải một cách rõ ràng và hiệu quả những đặc tính riêng biệt của công ty bạn so với đối thủ cạnh tranh.

Những chiến lược tiếp thị, quảng cáo và bán hàng tốt nhất nên được thiết lập dựa trên ưu thế sản phẩm độc đáo để có thể chuyển tải thông điệp đầy ý nghĩa nhất tới những khách hàng tiềm năng. Vậy ưu thế sản phẩm độc đáo của công ty bạn là gì?

Hệ quả thứ hai: Để thành công trên thương trường, một sản phẩm hay dịch vụ phải có ưu thế riêng biệt để vượt trội so với các sản phẩm và dịch vụ cạnh tranh.

Xác định ưu thế cạnh tranh có lẽ là quyết định bán hàng và tiếp thị quan trọng nhất mà mọi công ty đều phải thực hiện. Nếu không xác định được ưu thế cạnh tranh của sản phẩm hay dịch vụ cung cấp, một công ty sẽ nhanh chóng thất bại trên thương trường do không định hướng được con đường kinh doanh của mình. Nhiệm vụ của những người làm công tác tiếp thị, quảng bá sản phẩm là phải tạo ra lợi thế cạnh tranh đầy ý nghĩa nhằm đem lại cho khách hàng tiềm năng lý do chính đáng để mua sản phẩm

đó chứ không phải là sản phẩm khác. Sản phẩm ở đây không chỉ dừng lại là những mặt hàng tiêu dùng, đáp ứng nhu cầu cuộc sống mà có thể là "sản phẩm tinh thần" như báo, tạp chí hoặc "sản phẩm con người" như một ứng cử viên chính trị.

Jack Welch, Giám đốc điều hành của General Electric (GE), đã từng phát biểu rằng ông muốn GE phải ở vị trí số một hoặc số hai trong lĩnh vực mà ông đang tham gia cạnh tranh. Nếu không thể đạt được vị trí số một hoặc số hai trong một thời gian hợp lý, GE sẽ rút khỏi thị trường và tập trung nguồn lực vào một lĩnh vực khác mà họ có khả năng thống trị. Ông nói: "Nếu bạn không có ưu thế cạnh tranh thì đừng cạnh tranh nữa".

Các công ty kinh doanh qua mạng Internet như Amazon, America Online, Yahoo, eBay, Priceline,... thành công là vì biết khai thác tối đa trang web của mình bằng những thiết kế và tính năng vượt trội.

Đặc điểm nổi bật hay ưu thế sản phẩm độc đáo có thể thay đổi theo thời gian để bắt nhịp với những chuyển biến nhanh chóng của thị trường. Ví dụ, trong nhiều năm liền, các nhà hàng địa phương vẫn cạnh tranh với nhau về chất lượng thức ăn, phong cách phục vụ, giá cả phải chăng và địa điểm thuận lợi. Thế nhưng, Pizza Domino của Tom Monahagn xuất hiện nhưng không cạnh tranh theo những yếu tố thông thường. Để thu hút khách hàng trong một thị trường vốn đã được Pizza Hut chiếm giữ, Pizza Domino đã tập trung vào ưu thế cạnh tranh là "Giao hàng tận nhà". Ngày nay Pizza Domino đã trở thành một thương hiệu thành công và phát triển mạnh với quy mô toàn cầu.

31

QUY LUẬT PHÂN KHÚC THỊ TRƯỜNG

Công ty phải nhắm đến những nhóm khách hàng hay những phân khúc thị trường cụ thể nếu muốn đạt được doanh thu đáng kể.

Ngày nay, những công ty thành công nhất là những công ty có khả năng nhìn ra được những phân khúc thị trường cụ thể nhằm thiết kế sản phẩm và dịch vụ phù hợp với thị hiếu cũng như khám phá các nhu cầu chưa được đáp ứng của khách hàng đồng thời tăng cường khả năng nhận biết đối thủ cạnh tranh.

Hệ quả thứ nhất: Nếu sai lầm trong việc phân khúc thị trường, mọi nỗ lực của công ty trong việc đầu tư thiết kế sản phẩm và xâm nhập thị trường đều sẽ trở nên vô nghĩa.

Nhiều công ty tập trung mọi nỗ lực quảng bá sản phẩm của mình vào phân khúc thị trường đã được xác định cụ thể. Thế nhưng kết quả cuối cùng mà công ty nhận được là sản phẩm đó đã thu hút sự chú ý và quan tâm mua hàng của một phân khúc thị trường khác. Ví dụ, những chiếc xe tải nhỏ ban đầu được thiết kế dành cho những người làm công việc xây dựng và chuyên chở nguyên vật liệu với số lượng ít. Sau đó, chúng được giới trẻ vô cùng yêu thích và chọn làm phương tiện thể thao để đi dạo chơi ở bờ biển và núi.

Trong nhiều năm, bia Lowenbrau của Đức – một mặt hàng nhập khẩu giá cao – đã tìm mọi cách để cạnh tranh với các hãng bia của Mỹ như Budweiser và Miller nhưng vẫn không thể xâm nhập được thị trường Mỹ – một thị trường vốn đã bị chế ngự bởi các nhà máy bia lớn. Cuối cùng, Lowenbrau đã thay đổi chiến lược tiếp thị và bắt đầu nhắm đến những người có thu nhập cao bằng mẫu quảng cáo: "When you run out of champagne, order Lowenbrau" (Khi bạn hết sâm banh, hãy gọi Lowenbrau). Bằng việc đặt sâm banh ở vị trí ngang hàng với những loại bia giá thấp, Lowenbrau đã xây dựng nhận thức mới trong tâm trí khách hàng rằng bia nhập khẩu là loại bia chỉ được thưởng thức bởi những người sành điệu và khá giả. Chương trình quảng cáo này đã làm thay đổi toàn bộ thị trường bia nhập khẩu ở Mỹ.

Hệ quả thứ hai: Phân khúc thị trường lý tưởng phải có những khách hàng mà ưu thế cạnh tranh về sản phẩm là yếu tố quan trọng nhất để đáp ứng những nhu cầu khẩn thiết nhất của các khách hàng đó.

Nói cách khác, nếu bạn bán thực phẩm, hãy bán cho những người nội trợ chuẩn bị bữa cơm gia đình. Nếu bạn kinh doanh bất động sản, hãy tìm đến những người đang có nhu cầu về nhà ở.

Nếu bạn bán các hệ thống quản lý thời gian, hãy bán cho những người làm công tác quản lý vì đối với họ, thời gian là yếu tố vô cùng quan trọng và cần thiết...

Phân khúc thị trường hiệu quả nhất là phân khúc bao gồm những người có nhu cầu về sản phẩm của bạn và những nhu cầu ấy đã được chứng minh và xác định rõ ràng. Jeffrey J. Fox trong cuốn How to become a rainmaker đã nói: "Hãy tập trung ở nơi nào có nhiều cá lớn mà câu" với hàm ý sự thành công của việc bán hàng thể hiện qua khối lượng cá của một buổi đi câu.

Mục đích tổng thể của việc nghiên cứu thị trường là xác định và phân khúc thị trường nhằm giúp công ty có thể tiếp cận với mức

độ hiệu quả cao nhất và chi phí thấp nhất có thể. Khi nhìn nhận đúng về đối tượng khách hàng thì những nỗ lực tập trung vào tiêu điểm thị trường của bạn càng chính xác và khả năng thành công càng cao.

32

QUY LUẬT TẬP TRUNG

Thành công đến từ việc nỗ lực tập trung vào phân khúc khách hàng nào có thể hưởng lợi nhiều nhất và nhanh nhất từ các đặc điểm độc đáo của sản phẩm hay dịch vụ mà bạn cung cấp trong lĩnh vực chuyên môn của mình.

Trở lại ví dụ về Lexus và Infiniti. Hai hãng xe này cạnh tranh trong một phân khúc thị trường cụ thể và họ tập trung mọi nỗ lực tiếp thị của mình vào đối tượng khách hàng là những người đủ khả năng mua một chiếc xe hơi sang trọng với giá từ 35.000 đô la đến 55.000 đô la. Đặc điểm chung của những khách hàng này là có thu nhập cao, sống ở thành thị, trình độ học vấn cao, làm việc bằng trí óc. Họ cũng là những người rất ngưỡng mộ các loại xe cao cấp như BMW và Mercedes-Benz nhưng lại không đủ khả năng để mua.

Lexus và Infiniti biết rằng họ càng hạ giá xuống thì càng giành được nhiều khách hàng trong phân khúc thị trường rộng lớn và tiềm năng này. Trong khi BMW và Mercedes cạnh tranh để giành giật khách hàng thì Lexus và Infiniti quyết định hạ giá song song với việc định vị sản phẩm của mình ngang tầm với các loại xe hơi cao cấp ở Mỹ. Và chiến lược của họ đã thu được những kết quả thành công đáng kể.

Hệ quả thứ nhất: Chiến lược hiệu quả nhất để thu được nhiều lợi nhuận là thống trị một phân khúc thị trường riêng biệt với sản phẩm tốt nhất dành cho những khách hàng trong phân khúc này.

Hãng bút Cross là một ví dụ về chiến lược thống trị phân khúc thị trường riêng biệt. Thương hiệu Cross đã đi vào tâm trí của tầng lớp doanh nhân Mỹ như một loại bút hàng đầu và có chất lượng cao dành cho giới kinh doanh. Công ty này có đủ các loại bút, từ kiểu màu đen giá thấp đến kiểu màu bạc giá phải chăng và thậm chí các loại bút sang trọng làm bằng vàng 18K. Dù các hãng bút nổi tiếng khác như Parker và Mont Blanc cố gắng xâm nhập thị trường nhưng Cross vẫn giữ được vị trí thống trị trong phân khúc

thị trường doanh nhân này. Sự thống trị này đã giúp hãng Cross vươn lên trở thành một trong những công ty thành công và thu được nhiều lợi nhuận nhất trên thế giới.

Hệ quả thứ hai: Sự tập trung vào các phân khúc thị trường có lợi nhuận cao với các sản phẩm và dịch vụ sinh lời sẽ mang lại doanh thu và lợi ích đầu tư cao nhất.

Để thu được lợi nhuận nhiều nhất, các công ty phải thành công trong việc cung cấp các sản phẩm cao cấp nhất, có chất lượng tốt nhất và giá thành sản phẩm cao nhất cho các phân khúc thị trường có tiềm năng lợi nhuận cao. Họ tập trung thống trị thị trường của mình và không ngừng tìm cách đổi mới, cải thiện sản phẩm cũng như dịch vụ của mình. Các hãng xe hơi Mỹ là ví dụ rõ nhất cho hệ quả này. Chrysler đã thu được lợi nhuận cực kỳ cao với xe Imperial, Ford với xe Lincoln Continental và General Motors với xe Cadillac.

33

QUY LUẬT XUẤT SẮC

Bạn sẽ được thị trường tưởng thưởng tương xứng với những nỗ lực kinh doanh cũng như chất lượng xuất sắc của sản phẩm và dịch vụ mà bạn cung cấp.

Khách hàng bao giờ cũng muốn bỏ ra chi phí ít nhất nhưng lại nhận được nhiều nhất. Họ kỳ vọng sản phẩm hay dịch vụ mình mua sẽ có chất lượng cao để thỏa mãn nhiều hơn nhu cầu của họ đồng thời ít gặp vấn đề trục trặc sau khi mua. Những công ty nào đã được khách hàng tin tưởng về mặt chất lượng có thể đưa ra giá cao hơn và kiếm được doanh thu nhiều hơn. Cam kết về sự xuất sắc của chất lượng sản phẩm hay dịch vụ là chiến lược an toàn và dễ dự báo nhất để đạt được thành công trong kinh doanh.

Hệ quả: Thị trường đền đáp những phần thưởng trung bình cho kết quả kinh doanh trung bình và những phần thưởng dưới mức trung bình cho kết quả kinh doanh dưới mức trung bình.

Thị trường chính là một người giám sát công bằng, hợp lý và phản ánh chính xác những đánh giá của khách hàng vốn được thể hiện qua hành vi mua hàng. Những công ty cung cấp các loại hàng hóa và dịch vụ mà thị trường muốn, ở các mức giá thị trường sẵn sàng chấp nhận, sẽ luôn được tưởng thưởng xứng đáng. Ngược lại, những công ty nào không đáp ứng được yêu cầu về hàng hóa và giá cả sẽ bị thị trường từ chối bằng cách không đón nhận những

sản phẩm ấy.

Chìa khóa giúp bạn đạt được những phần thưởng xuất sắc trong công việc của mình là hoàn tất những phần việc quan trọng nhất mà bạn đã được giao phó. Chìa khóa mở ra thành công trong kinh doanh cho bạn là xây dựng danh tiếng về khả năng thực hiện xuất sắc trong mọi công việc bạn làm.

NĂM QUY TẮC ĐỂ THÀNH CÔNG TRONG KINH DOANH

Có nhiều con đường khác nhau để dẫn đến thành công nhưng tựu trung lại, chúng đều gặp nhau ở năm "quy tắc" lớn sau đây:

Đầu tiên, sản phẩm hay dịch vụ phải phù hợp một cách lý tưởng với thị trường hiện tại và với nhu cầu, mong muốn cũng như khung chi phí mà mọi người sẵn sàng chi trả. Những sản phẩm và dịch vụ nào không phù hợp hay không thích nghi với nhu cầu hiện tại cần phải được nhanh chóng điều chỉnh và thay đổi, nếu không sẽ có nguy cơ biến mất khỏi thị trường.

Tiếp theo, công ty phải tập trung toàn bộ tâm trí và nguồn lực vào việc tiếp thị, quảng bá, phân phối sản phẩm đến khách hàng nhằm tìm kiếm nguồn lợi nhuận cao nhất. Đây chính là yếu tố quan trọng hàng đầu quyết định sự thành công hay thất bại trong kinh doanh ở bất kỳ nền kinh tế nào.

Thứ ba, công ty phải có các hệ thống lưu trữ sổ sách, dữ liệu kế toán, quản lý tồn kho và kiểm soát chi phí hiệu quả. Việc kiểm soát chi phí hoạt động cũng như quản lý nội bộ kém hiệu quả là nguyên nhân thứ hai dẫn đến thất bại trong kinh doanh.

Thứ tư, công ty phải xây dựng định hướng kinh doanh rõ ràng đồng thời tăng cường sự phối hợp nhịp nhàng giữa các cấp quản lý và đội ngũ nhân viên. Mọi hoạt động của công ty cần phải được vận hành như một cỗ máy được bôi trơn dầu mỡ, trong đó mọi người đều hiểu được vị trí, nhiệm vụ công việc của mình và phát huy tối đa năng lực ở những vị trí đó.

Cuối cùng, công ty nên liên tục học hỏi, phát triển, đổi mới và cải tiến. Người Nhật gọi quy trình này là Kaizen còn W. Edwards Deming(1) khẳng định rằng việc liên tục đào tạo và nâng cao kỹ năng ở mọi cấp độ của công ty là chìa khóa để đạt được ưu thế cạnh tranh quan trọng và thành công lâu dài trong kinh doanh.

Bằng cách cung cấp một sản phẩm hay dịch vụ đáp ứng nhu cầu của mọi người và với mức giá có thể chấp nhận được, bạn hoàn

toàn có thể giành được chỗ đứng vững chắc trong một nền kinh tế thị trường tự do. Và khi bạn vận dụng nghiêm túc năm quy tắc này, bạn hãy tự tin rằng mình sẽ thành công trong sự nghiệp kinh doanh đồng thời gặt hái được nhiều phần thưởng tương xứng với những nỗ lực của bạn cũng như sự thỏa mãn về những giá trị cuộc sống mà bạn hằng khao khát.

(1) Edwards Deming (1900-1993) - cha đẻ của học thuyết quản lý chất lượng. Năm 1960, ông là người Mỹ đầu tiên nhận Huân chương Cao quý Hạng hai (Second Order of the Sacred Treasure) do Thủ tướng Nhật Bản trao tặng.

Phần 4
CÁC QUY LUẬT LÃNH ĐẠO

Công tác lãnh đạo là một trong những yếu tố quan trọng nhất quyết định sự thành công hay thất bại của việc kinh doanh trong nền kinh tế cạnh tranh, hay thay đổi và đầy năng động. Chất lượng lãnh đạo là tài sản quý giá của một tổ chức. Khả năng đứng ra đảm nhận vị trí lãnh đạo khi cần thiết là yếu tố quan trọng đối với sự thành đạt trong mọi hoạt động của con người. Và chưa bao giờ nhu cầu đối với các vị trí lãnh đạo ở tất cả các cấp độ trở nên mạnh mẽ và quyết liệt như ngày nay.

Có lẽ điều quan trọng nhất ở đây chính là khả năng lãnh đạo được hình thành từ quá trình nỗ lực chứ không phải do thiên bẩm. Bạn hoàn toàn có thể trở thành nhà lãnh đạo trong công việc kinh doanh của mình và trong thế giới xung quanh bằng cách rèn luyện những phẩm chất và hành động x thể của những nhà lãnh đạo thành công đi trước bạn.

Cũng như với các kỹ năng khác, khả năng lãnh đạo được phát triển từ việc thực hành liên tục cho đến khi bạn thật sự thành thạo.

Vị trí lãnh đạo đòi hỏi nhiều kỹ năng quan trọng, những phẩm chất đặc biệt cũng như những trách nhiệm lớn lao. Tuy nhiên, phần thưởng cho người lãnh đạo thật tương xứng. Bạn sẽ có được sự kính trọng, ngưỡng mộ và ủng hộ của mọi người xung quanh. Bạn được tận hưởng ý thức kiểm soát và quyền lực cá nhân nhiều hơn trong mọi mặt của cuộc sống. Bạn sẽ có khả năng đạt được những mục tiêu vượt mức bình thường.

Càng cư xử như một nhà lãnh đạo, bạn càng cảm nhận bản thân một cách tích cực hơn. Cảm giác tự tin và tự hào cá nhân trong bạn sẽ mạnh mẽ hơn. Bạn cảm thấy tràn đầy sức sống và trở nên

hiệu quả hơn trong việc tạo ra những thay đổi tích cực trong công việc và cuộc sống cá nhân.

Khi bắt đầu tư duy và hành động theo phong cách của người lãnh đạo, đồng thời áp dụng các quy luật lãnh đạo vào cuộc sống cũng như công việc, bạn sẽ thu hút được những cơ hội để tận dụng tài năng và năng lực của mình một cách tối ưu. Hãy thực hiện tốt trách nhiệm của mình hôm nay, ở ngay vị trí hiện tại, bạn sẽ được tin tưởng và đảm nhiệm nhiều công việc quan trọng hơn trong tương lai. Đó chính là những nấc thang khởi đầu tốt đẹp để bạn bước lên vị trí lãnh đạo. Tất cả đều tùy thuộc vào bạn.

34

QUY LUẬT LIÊM CHÍNH

Sự chân thật, trung thành và thẳng thắn với tất cả mọi người, trong mọi hoàn cảnh là đặc điểm của người có khả năng lãnh đạo xuất sắc.

Quy luật này yêu cầu bạn phải hoàn toàn trung thực với bản thân mình và với người khác. Như Emerson đã từng nói: "Hãy bảo vệ sự liêm chính của bạn như một vật thiêng. Suy cho cùng thì không có gì thiêng liêng hơn tính cách liêm chính trong tâm trí bạn". Sự liêm chính là tính cách cốt lõi của người giữ vai trò lãnh đạo.

Theo định nghĩa, lãnh đạo là "khả năng thu hút người khác". Để làm được điều này, bạn cần phải xây dựng sự tin tưởng để mọi người tự nguyện đến với bạn, tuân thủ những quyết định bạn đưa ra và sẵn sàng cống hiến thời gian, tiền bạc cũng như công sức của họ cho bạn. Nói cách khác, sự tin tưởng là yếu tố cốt lõi của việc lãnh đạo. Để có được niềm tin và xứng đáng với niềm tin ấy, bạn phải sống thành thật với bản thân mình. Chỉ có như vậy, bạn mới có thể sống thành thực với mọi người trong cuộc sống cũng như trong công việc.

Ở cương vị người lãnh đạo, bạn cần phải trở thành một tấm gương chuẩn mực cho mọi người. Luôn giữ đúng lời hứa, tiên phong trong mọi công việc, nhất quán trong mọi hành động, đối xử công bằng không thiên vị với mọi người, dám chịu trách nhiệm cho những quyết định của mình, sống hết mình với tập thể... Hãy luôn làm việc như thể mọi người đang dõi theo bạn cho dù trên thực tế không phải như vậy.

Có hai hình thức lãnh đạo cơ bản trong kinh doanh ngày nay: lãnh đạo theo hướng giải quyết và lãnh đạo theo hướng chuyển hóa.

Lãnh đạo theo hướng giải quyết là khả năng chỉ đạo con người, quản lý nguồn lực và xúc tiến thực hiện công việc. Còn lãnh đạo theo hướng chuyển hóa – hình thức lãnh đạo quan trọng nhất ngày nay, là khả năng thúc đẩy, tạo cảm hứng, tiếp cận mọi người trên phương diện tình cảm, trao quyền hạn để họ có thể đóng góp năng lực nhiều hơn và giúp mọi người đat được mức độ thực hiện công việc cao hơn. Lãnh đạo theo hướng này cho phép các nhà lãnh đạo khơi thông nguồn năng lực để nhân viên có thể thực hiện những công việc có mức độ thử thách cao. Trước khi thực hiện bất cứ hành động nào, các nhà lãnh đạo cũng đều suy nghĩ về hiện tại cũng như tương lai và hiếm nhà lãnh đạo nào hy sinh tính liêm chính hay danh tiếng về lâu dài của mình để đổi lấy những lợi ích trước mắt.

Có một mối quan hệ trực tiếp giữa một bên là cảm giác tự tôn và tự tin của bạn với bên kia là các mức độ kiên định cũng như tính trung thực. Càng duy trì các giá trị của mình lâu dài trong cuộc sống, bạn sẽ càng cảm thấy hạnh phúc hơn và cảm nhận tốt hơn về bản thân, bất kể có chuyện gì xảy ra xung quanh.

35

QUY LUẬT CAN ĐẢM

Khả năng ra quyết định và hành động táo bạo để đối phó với những thất bại và nghịch cảnh là chìa khóa cho khả năng lãnh đạo xuất sắc.

Winston Churchill đã từng nói: "Can đảm được xem là đức tính cao quý nhất tạo nền tảng cho mọi đức tính khác". Cho dù không phải quyết định nào của các nhà lãnh đạo cũng đảm bảo chắc chắn thành công nhưng khi đối mặt với những tình huống khó khăn, những vấn đề phức tạp và rắc rối, các nhà lãnh đạo cần phải dũng cảm đưa ra quyết định và kế hoạch thực hiện. Khả năng phát động phong trào, hành động tự tin ngay cả khi có nguy cơ thua lỗ hay thất bại, là biểu hiện của năng lực lãnh đạo xuất sắc.

Phản ứng tự nhiên của hầu hết mọi người là trốn tránh hay chùn bước trước những điều làm mình lo lắng, sợ hãi. Nhưng ở cương vị người lãnh đạo, bạn cần phải biết kiểm soát và làm chủ nỗi sợ của mình. Khi bạn tự buộc mình đi ngược lại phản ứng tự nhiên này, nỗi sợ hãi sẽ dần tan biến và không còn khả năng chế ngự bạn. Hãy tạo thói quen đương đầu với những sợ hãi. Nếu có bất cứ vấn đề gì trong cuộc sống gây lo lắng cho bạn, hãy xem đó như một thách thức cá nhân và quyết tâm tìm cách xử lý. Glenn Ford – diễn viên gạo cội của điện ảnh Mỹ - có lần đã nói: "Nếu bạn không

làm điều mà bạn sợ thì sự sợ hãi sẽ khống chế cuộc sống của bạn". Hoặc Emerson đã viết: "Hãy làm điều mà bạn sợ và chắc chắn nỗi sợ hãi sẽ bị đẩy lùi".

Hai chướng ngại lớn nhất cản trở sự thành công và hiệu quả cá nhân là sợ thất bại và sợ phê bình. Nhưng mọi thành công vĩ đại đều đến sau thất bại và đồng hành cùng vô số lời phê bình chỉ trích. Chính những bài học bạn cần rút ra từ những thất bại này và khả năng vượt qua những lời chỉ trích sẽ giúp bạn thành công về lâu dài. Thomas J. Watson, nhà sáng lập IBM, đã phát biểu: "Nếu bạn muốn thành công nhanh hơn, bạn phải tăng gấp đôi tỷ lệ thất bại của mình. Thành công nằm ở mặt bên kia của sự thất bại".

Người nắm giữ vai trò lãnh đạo trong bất kỳ nhóm hay tổ chức làm việc nào cũng là người biết đưa ra những quyết định táo bạo khi phải đối mặt với bất kỳ sự nguy hiểm hay đe dọa nào. Sự táo bạo đôi khi có thể khiến bạn gặp rắc rối, nhưng sau đó sẽ tạo lối thoát cho bạn. Người Zulu (Nam Phi) có một câu ngạn ngữ cổ như sau: "Khi bạn đối mặt với hai điều nguy hiểm, một ở sau bạn và một ở trước bạn, tốt hơn là hãy tiến về phía trước".

Ngay từ hôm nay, hãy quyết tâm thoát ra khỏi khu vực an nhàn của bạn, bất kể đó là gì. Thành công lớn trong kinh doanh đến từ việc chấp nhận rủi ro, từ việc có những bước đi táo bạo đến nơi chưa từng có ai đặt chân đến. Hãy đặt ra cho bản thân bạn và tổ chức bạn những mục tiêu lớn, táo bạo và không bao giờ bằng lòng với hiện tại.

Bạn hãy lưu ý rằng cuộc sống không thể tránh khỏi những vấn đề nan giải, những khó khăn, thất vọng, thất bại và chướng ngại có thể làm bạn thoái chí nản lòng. Tuy nhiên, một người lãnh đạo đúng nghĩa không bao giờ cho phép mình nản chí hay tự than thân trách phận. Người lãnh đạo không phàn nàn, biện minh hay chờ đợi sự việc sẽ dễ dàng hơn hoặc khác đi. Người lãnh đạo luôn biết tự nhắc nhở bản thân câu nói của Henry Ford: "Thất bại chính là cơ hội để bắt đầu lại một cách khôn ngoan hơn".

36

QUY LUẬT HIÊN THỰC

Người lãnh đạo luôn nhìn nhận sự việc như đúng những gì thực tế diễn ra, chứ không phải như những gì mà họ mong muốn sẽ diễn ra.

Năng lực và tính thực tế là những phẩm chất quan trọng nhất của

việc lãnh đạo. Mức độ thực tế của bạn được chứng minh bởi sự sẵn lòng nhìn thẳng vào thực tế cuộc sống và công việc kinh doanh, bất kể đó là gì. Peter Drucker đã đề cập đến phẩm chất này của một nhà lãnh đạo dưới tên gọi "sự chân thật trí tuệ". Jack Welch, chủ tịch của General Electric, gọi đó là "Nguyên tắc xác thực". Ông đã tiếp cận mọi vấn đề hay khó khăn bằng câu hỏi: "Sự thật là gì?".

Bạn hãy tập trung vào việc thu thập và đón nhận các dữ kiện vì dữ kiện luôn mang tính khách quan và xác thực cao nhất. Càng có nhiều dữ kiện, bức tranh hiện thực của bạn càng rõ hơn, tạo cơ sở vững chắc và hiệu quả cho phần lớn những quyết định của bạn.

Khi thu thập dữ kiện, bạn cần tuân thủ chặt chẽ tính khách quan, không vội vàng đưa ra kết luận. Hãy ưu tiên cho việc tìm hiểu sự thật hơn là tìm kiếm lý do biện minh. Hãy tưởng tượng rằng tình huống này đang xảy ra với một người khác và bạn được mời đến như một người quan sát ngoài cuộc để tư vấn và góp ý. Việc tạm thời rút mình ra khỏi tình huống có thể giúp bạn có cái nhìn khách quan hơn, từ đó có thể đưa ra quyết định chính xác hơn.

Theo Abraham Maslow(1), nhu cầu cao nhất của con người là "nhu cầu tự hoàn thiện bản thân" và một trong những đặc điểm của người đạt đến mức nhu cầu này là họ rất trung thực và khách quan khi đánh giá bản thân. Họ không nuôi ảo tưởng, không ngại thể hiện điểm yếu và chấp nhận bản thân mình như những gì vốn có. Họ biết rằng không ai là hoàn thiện cả và họ sẵn sàng thừa nhận điểm yếu và điều chỉnh hành vi để bù đắp cho những điểm yếu đó. Đối với họ, sai lầm chỉ là sự trải nghiệm cuộc sống.

(1) Abraham Maslow (1908 - 1970) – Nhà tâm lý học, tác giả đã xây dựng lý thuyết về nhu cầu của con người, bao gồm 5 cấp độ được xếp theo thứ tự từ thấp đến cao, bao gồm: nhu cầu sinh lý (tồn tại), nhu cầu được an toàn, nhu cầu xã hội (yêu và được yêu), nhu cầu được tôn trọng, nhu cầu tự hoàn thiện bản thân.

Trong thực tế, hầu hết mọi người, kể cả những người tài năng nhất, có nhiều điểm yếu hơn điểm mạnh. Điều quan trọng là tìm cách để tối ưu những điểm mạnh và giảm thiểu các điểm yếu. Các điểm yếu cần được giải quyết và bù đắp bởi một điểm mạnh tương đương chứ không nên bị né tránh, che đậy hay bỏ qua.

Những điểm mạnh và điểm yếu trong công việc kinh doanh hiện tại của bạn là gì? Hãy liên tục đặt câu hỏi, nghiên cứu và học hỏi, cũng như tiếp nhận những quan điểm từ nhiều phía nhằm xây dựng bức tranh hiện thực của bạn rõ nét hơn. Hãy luôn sẵn sàng

đối mặt với các điểm yếu và những điều chưa hoàn hảo của công ty bạn, bất kể đó là gì, và sau đó quyết tâm hành động để giải quyết. Càng chân thật với bản thân và dám sẵn sàng nhìn thẳng vào cuộc sống, bạn càng hiệu quả trong việc xử lý tình huống kinh doanh, vốn luôn không ngừng thay đổi.

Nếu bạn không hài lòng với sự việc đang xảy ra, hãy nghĩ xem bạn muốn mọi việc phải như thế nào và sau đó dồn tâm sức tạo ra thực tế mà bạn muốn. Thay vì suy nghĩ về quá khứ, hãy hướng về tương lai. Thay vì tìm kiếm nguyên nhân cho vấn đề, hãy tìm giải pháp hiệu quả. Thay vì nhìn lại nơi xuất phát, hãy tập trung vào chặng đường bạn đang đi.

Đừng cho phép bản thân phiền muộn về những điều đã xảy ra và không thể thay đổi. Điều đã xảy ra chính là thực tế khách quan. Điều duy nhất mà bạn có thể làm được là điều khiển thái độ của bạn đối với thực tế ấy. Cách bạn phản ứng với một tình huống không thể thay đổi thường là yếu tố quyết định khả năng của bạn trong giai đoạn trước mắt và thành công của bạn về lâu dài.

Đừng bao giờ tin vào vận may hay hy vọng vào một phép nhiệm màu sẽ giúp bạn cứu vãn tình huống. Đừng bao giờ nghĩ rằng sẽ có ai đó thay bạn giải quyết vướng mắc. Trong vai trò người lãnh đạo, bạn phải luôn nhìn nhận sự việc đúng như những gì thực tế diễn ra, chứ không phải những gì mà bạn mong muốn sẽ diễn ra.

37

QUY LUẬT QUYỀN LỰC

Những ai biết tận dụng quyền lực một cách hiệu quả nhất sẽ đạt được kết quả như mong muốn.

Quyền lực là khả năng ảnh hưởng đến việc phân phối các nguồn lực trong tổ chức. Quyền lực tồn tại trong tất cả các tình huống, các mối quan hệ đồng thời quyết định tính hiệu quả của mọi hoạt động trong cuộc sống. Bất cứ vấn đề nào cũng có tính hai mặt, quyền lực cũng vậy. Khi vận dụng cẩn trọng và đầy thiện chí, quyền lực sẽ đem lại điều tốt đẹp. Nhưng nếu sử dụng với chủ đích xấu hoặc vô trách nhiệm, quyền lực sẽ đem đến những nguy hại, đôi khi không thể kiểm soát được.

Trong tổ chức, quyền lực có thể được sử dụng theo hai cách: nâng cao quyền lợi tổ chức hoặc nâng cao quyền lợi cá nhân. Quyền lực khi được sử dụng cẩn trọng, đầy thiện chí nhằm nâng cao lợi ích của tổ chức sẽ là một sức mạnh tích cực có thể cải thiện hoàn cảnh

của tất cả mọi người trong tầm ảnh hưởng. Và nếu bị sử dụng với chủ đích xấu hoặc lạm dụng quá mức với mục đích nâng cao lợi ích của cá nhân mà làm phương hại đến tổ chức, thì quyền lực trở thành một sức mạnh tiêu cực, có thể làm hại đến tổ chức và các cá nhân trong tổ chức.

Bất kỳ một tổ chức hay hệ thống nào cũng có một phạm vi quyền lực nhất định và thường tập trung vào chỉ một vài cá nhân. Tất cả mọi cuộc đấu tranh giành quyền lực đều nhằm tìm kiếm phần quyền lực lớn hơn trong phạm vi quyền lực cố định ấy. Cách duy nhất để có thể tăng tổng thể phạm vi quyền lực là tăng quy mô công ty, số lượng hoạt động và số người trong tổ chức.

Nhà lãnh đạo chính là người có khả năng nhất trong việc nắm giữ và chế ngự dây cương quyền lực. Nhưng quyền lực thực sự và bền lâu trong một tổ chức đến từ sự đồng lòng của tất cả mọi người. Các nhà lãnh đạo nắm quyền bởi vì những người khác công nhận khả năng của họ và muốn họ có được quyền lực đó. Vì vậy, nếu bạn được mọi người tin tưởng bầu chọn vào vị trí lãnh đạo, bạn cần chứng minh rằng bạn biết cách sử dụng tối ưu quyền lực của mình. Khi ấy bạn sẽ thu hút được nhiều cơ hội hơn để mở rộng quyền lực của mình. Quyền lực và tầm ảnh hưởng của bạn sẽ tiếp tục phát triển miễn là bạn phải chứng minh được rằng bạn có thể sử dụng được quyền lực ấy hiệu quả hơn bất kỳ ai khác.

Bốn loại quyền lực mà bạn có thể thiết lập

Có bốn loại quyền lực chính mà bạn có thể thiết lập cho mình. Loại thứ nhất là quyền lực chuyên môn. Đây chính là điểm xuất phát của bạn. Khi mọi người công nhận và đánh giá cao năng lực chuyên môn, khả năng làm việc xuất sắc của bạn, bạn sẽ có được quyền lực và tầm ảnh hưởng lớn hơn so với những người làm việc chỉ ở mức trung bình hay tầm thường. Với quyền lực chuyên môn, bạn sẽ nhận được sự quan tâm của những người nắm giữ vị trí quan trọng trong tổ chức và từ đó, các cánh cửa cơ hội rộng lớn trong tương lai sẽ mở ra trước mắt bạn.

Loại quyền lực thứ hai mà bạn có thể thiết lập là quyền lực cá nhân. Loại quyền lực này thể hiện qua việc bạn được mọi người xung quanh quý mến và tôn trọng bởi những phẩm chất, tính cách, năng lực... Cho dù bạn không phải là người nắm giữ vị trí lãnh đạo hay là người quyết định trong tổ chức nhưng mọi người vẫn tham khảo ý kiến, lắng nghe quan điểm và nhờ bạn tư vấn mỗi khi họ gặp vấn đề. Loại quyền lực này thường được gọi là "trí tuệ xã hội" hay "trí tuệ xúc cảm". Đây là kỹ năng hữu ích nhất và

được trả lương cao nhất trong xã hội chúng ta.

Loại quyền lực thứ ba, quyền lực địa vị, là loại quyền lực luôn đi đôi với chức vụ. Quyền lực địa vị bao gồm cả khả năng tuyển dụng và sa thải, khen thưởng và trừng phạt. Quyền lực địa vị không nhất thiết phải đi đôi với khả năng hay tính cách. Có nhiều người nắm giữ quyền lực địa vị vì những l do khác chứ không phải vì năng lực của họ trong việc hoàn thành xuất sắc và nhanh chóng công việc hay khả năng quan hệ tốt với những người khác.

Quyền lực thứ tư và có lẽ là loại quyền lực tối cao nhất - quyền lực được phong tặng. Đây là loại quyền lực bạn có được khi mọi người sẵn lòng công nhận quyền lực và tầm ảnh hưởng của bạn đối với họ vì chính con người của bạn. Quyền lực này sẽ đến với bạn khi bạn thật xuất sắc với những gì bạn làm, đồng thời bạn được mọi người xung quanh quý mến và tôn trọng. Nói cách khác, quyền lực được phong tặng là sự kết hợp giữa quyền lực chuyên môn và quyền lực cá nhân.

Xây dựng cơ cấu quyền lực

Quyền lực trong kinh doanh cũng như trong xã hội dựa vào một hệ thống các yếu tố phụ thuộc. “Yếu tố phụ thuộc” được định nghĩa là một người sẵn sàng giúp đỡ, hỗ trợ bạn khi cần, cho dù bạn không có quyền ra mệnh lệnh hoặc yêu cầu người đó. Quyền lực thường phụ thuộc vào khả năng tạo ảnh hưởng của bạn với những người mà bạn không có sự kiểm soát trực tiếp hay quyền lực nào.

Để xây dựng một mạng lưới các yếu tố phụ thuộc trong tầm quản lý, bạn hãy không ngừng tìm cách giúp đỡ người khác một cách không vụ lợi. Càng làm nhiều việc tốt cho người khác mà không mong đợi được trả ơn, bạn càng đạt được nhiều quyền lực và tầm ảnh hưởng hơn. Những người có quyền lực nhất trong bất kỳ tổ chức hay xã hội nào cũng đều là những người đã từng và vẫn đang giúp đỡ người khác đạt được những mục tiêu của mình.

Vươn đến quyền lực và duy trì quyền lực

Điều đầu tiên để có được quyền lực và tầm ảnh hưởng là bạn phải là một cá nhân có giá trị và không thể thiếu được đối với tổ chức. Kết quả thực hiện công việc và nhiệm vụ của bạn là thước đo đánh giá khách quan và chính xác nhất. Hãy giữ cho bạn sự tập trung bằng cách đặt câu hỏi: Mọi người kỳ vọng điều gì ở tôi?

Đây chính là điểm xuất phát. Việc tập trung vào kết quả luôn là

con đường nhanh nhất dẫn đến quyền lực cá nhân. Chính quyền lực cá nhân này sẽ giúp bạn được trả mức lương cao hơn và khả năng thăng tiến sẽ nhanh hơn.

Bước thứ hai trong việc đảm bảo quyền lực là bạn phải làm cho bản thân mình trở nên có giá trị và hữu ích với ngày càng nhiều người. Hãy tìm cách đi thêm một dặm đường, tự nguyện đảm nhiệm thêm những phần việc ngoài mong đợi của người khác, luôn cố gắng thêm chút nữa với bất kỳ công việc nào, hãy đi làm sớm hơn và về muộn hơn người khác,... Những nỗ lực hôm nay của bạn sẽ được bù đắp tương xứng trong tương lai.

Cách thứ ba để bạn mở rộng quyền lực của mình là không ngừng tìm cơ hội để giúp đỡ và gia tăng giá trị cho cả tổ chức và các cá nhân trong tổ chức. Hãy tham gia vào các khóa học để nâng cao kiến thức và kỹ năng của mình đồng thời tìm kiếm những cách thức mới giúp tăng doanh thu hay giảm chi phí.

Để duy trì quyền lực và tầm ảnh hưởng của mình, bạn sẽ cần nhiều người ủng hộ ở cả nội bộ lẫn bên ngoài tổ chức của bạn. Những người ủng hộ tốt nhất của bạn là ai và bạn có thể làm gì để củng cố các mối quan hệ với họ?

Quyền lực được chuyển giao cho các cá nhân ở những mức độ khác nhau. Mọi người đều có quyền giúp đỡ hay gây khó khăn cho người khác bằng cách này hay cách khác. Mọi người đều có quyền thực hiện hay từ chối thực hiện một việc gì đó. Mỗi người đều có một vị trí quyền lực nhất định. Bạn có những quyền lực gì trong tổ chức? Những người xung quanh bạn có những quyền lực gì? Quyền lực của mọi người tác động đến bạn ở mức độ như thế nào?

Một nguyên tắc quan trọng của quyền lực là "quyền lực luôn phát sinh để lấp chỗ trống". Bạn có thể tự tạo quyền lực cho mình bằng cách tham gia xử lý một vấn đề mới phát sinh. Trong tình huống này, quyền lực chưa được xác định và vẫn còn tồn tại khoảng trống quyền lực cho những ai chịu trách nhiệm thực hiện để đạt được kết quả. Hoặc bạn có thể giành quyền lực theo ý nghĩa tích cực nhất bằng cách đảm đương một dự án mới và tập trung hết tâm lực của mình cho sự thành công của dự án đó.

Bạn càng chứng minh được năng lực và khả năng của bản thân trong việc đạt được những kết quả quan trọng và điển hình cho tổ chức của mình, bạn càng có nhiều quyền lực, ảnh hưởng và uy quyền, những thứ giúp bạn càng trở nên có giá trị hơn.

38

QUY LUẬT THAM VỌNG

Người lãnh đạo phải có mong muốn lãnh đạo mãnh liệt và tầm nhìn rõ ràng về một tương lai tốt đẹp hơn mà họ quyết tâm thực hiện.

Những người nắm giữ vị trí lãnh đạo thường có tầm nhìn nhạy bén. Họ hình dung rõ ràng về tương lai mà họ mong muốn tạo ra và họ có khả năng truyền đạt tầm nhìn này cho người khác theo cách hấp dẫn và đầy cảm hứng.

Nếu chỉ để lãnh lương mỗi tháng, mọi người vẫn có thể làm việc với hiệu suất tương đối ổn định. Nhưng nếu được truyền cảm hứng, động lực và tầm nhìn tương lai, mọi người sẽ thực hiện công việc ở mức độ cao hơn. Việc phát triển và truyền đạt rõ ràng tầm nhìn này là trách nhiệm quan trọng của người lãnh đạo. Họ nôn nóng nhìn thấy kết quả và không thích sự trì hoãn. Những nhà lãnh đạo thật sự luôn xem việc lãnh đạo như một công cụ mà họ có thể sử dụng nhằm mang lại kết quả lớn hơn và quan trọng hơn bất cứ cá nhân nào.

Bạn sẽ trở thành nhà lãnh đạo khi bạn đặt ra mục tiêu, sau đó quyết tâm lập kế hoạch thực hiện để biến mục tiêu đó thành hiện thực. Bạn sẽ trở thành một nhà lãnh đạo khi bạn xây dựng được tầm nhìn đầy cảm hứng cho bản thân và mọi người. Bạn sẽ trở thành nhà lãnh đạo khi bạn biết chính xác đích đến của mình và những bước hành động để đạt được điều đó. Hầu hết mọi nhà lãnh đạo đều có tham vọng thành công và đặc điểm thể hiện quan trọng nhất của tham vọng là tính rõ ràng. Chính việc lập mục tiêu rõ ràng cho bản thân, cho phòng ban, cho nhóm bạn đang làm việc sẽ giúp bạn vươn lên đứng vào vị trí lãnh đạo. Điều này cũng sẽ thúc đẩy bạn tiến lên tuyến đầu. Là một nhà lãnh đạo, bạn phải dẫn dắt người khác đến một mục tiêu cụ thể, theo một phương hướng cụ thể để đạt được một kết quả cụ thể. Tầm nhìn, các giá trị, sứ mệnh và các mục tiêu của bạn càng rõ ràng, bạn càng có khả năng lãnh đạo, hướng dẫn, chỉ đường và truyền cảm hứng cho người khác hiệu quả hơn.

39

QUY LUẬT LẠC QUAN

Người lãnh đạo đích thực là người truyền được niềm tin rằng mọi khó khăn đều có thể vượt qua và mọi mục tiêu đều có thể đạt được.

Tinh thần lạc quan của người lãnh đạo sẽ truyền cảm hứng và tiếp sức mạnh để mọi người tin rằng mình có thể làm được nhiều hơn và hiệu quả hơn so với trước đây. Đây là một trong những tính cách quan trọng nhất của người lãnh đạo để thành công trong cuộc sống và kinh doanh. Chủ nghĩa lạc quan là nền tảng của thái độ tích cực, là khả năng nhìn nhận giá trị của sự việc. Định nghĩa chính xác nhất về "tinh thần lạc quan" là "một phản ứng tích cực và mang tính xây dựng đối với sự căng thẳng".

Điều duy nhất bạn có thể kiểm soát trong cuộc sống chính là những phản ứng của bạn đối với các vấn đề, các khó khăn không thể tránh được. Cách bạn phản ứng, diễn giải một tình huống sẽ quyết định cách bạn cảm nhận về tình huống đó. Cảm xúc và tình cảm sẽ quyết định sự rõ ràng và tính hiệu quả của tư duy. Càng lạc quan và tích cực bao nhiêu, bạn sẽ càng bình tĩnh và sáng tạo bấy nhiêu.

Người lạc quan là người luôn tìm kiếm khía cạnh tích cực trong bất kỳ tình huống nào. Khi có rắc rối xảy ra, họ nói: "Không có gì đáng kể!" và sau đó tìm ra một điều gì đó tích cực trong phạm vi của vấn đề hay khó khăn đang gặp phải. Và họ luôn tìm thấy.

Người lạc quan biết học hỏi những kinh nghiệm quý giá trong mọi thất bại cũng như ngay trong những điều khiến họ thất vọng. Như Napoleon Hill đã viết: "Trong mỗi thất bại và chướng ngại, người lạc quan luôn tìm kiếm manh mối cho các tiện ích hay ưu thế tương đương hoặc thậm chí lớn hơn". Người lạc quan luôn hoạt động trên nguyên tắc: "Khó khăn đến không phải để cản đường mà là để dẫn đường".

Người lạc quan hướng đến tương lai chứ không mãi quay nhìn về quá khứ. Họ tìm kiếm cơ hội trong mọi khó khăn. Thay vì xem xét những gì đã xảy ra trong quá khứ và tìm người đổ lỗi, người lạc quan chỉ suy nghĩ về những gì có thể thực hiện được trong hiện tại và tương lai. Họ tập trung hướng đến giải pháp hơn là hướng đến vấn đề.

Bạn có thể thay đổi tâm trạng của mình từ tiêu cực sang tích cực bằng cách xây dựng thói quen xua tan mọi vướng mắc khỏi tâm trí và chỉ tập trung vào giải pháp cho dù bạn đang phải đối mặt với bất kỳ thử thách nào. Bất kể lúc nào bạn phải đối diện với vấn đề khó khăn, hãy tự trả lời những câu hỏi: "Chúng ta làm gì bây giờ? Bước tiếp theo là gì? Điểm xuất phát này sẽ dẫn chúng ta đi đâu?". Thái độ lạc quan hoàn toàn có thể đạt được thông qua việc tập luyện các hành vi, cách ứng xử của những người tích cực, lạc

quan, luôn hướng về tương lai.

Hãy tưởng tượng rằng mọi khó khăn đến với bạn đều là cơ hội để bạn học hỏi thêm một điều quý giá. Đó chính xác là những gì bạn cần để phát triển trong tương lai. Khó khăn đó chứa đựng một món quà kinh nghiệm dành riêng cho bạn. Thomas Edison đã trở thành nhà phát minh vĩ đại nhất thế giới chỉ bằng cách tuân theo một triết lý đơn giản. Ông tin rằng thành công bao gồm việc xác định phát minh hay sản phẩm mong muốn và thử nghiệm cho đến khi loại trừ được tất cả những cách thức không đem lại hiệu quả.

Với Edison, thành công chỉ đơn thuần là một quá trình loại bỏ, lặp đi lặp lại thất bại và quá trình liên tục thử nghiệm cho đến khi tìm ra phương pháp thích hợp.

Khi bạn bắt đầu nhìn vào mỗi thất bại hay khó khăn tạm thời như là một nấc thang bạn cần phải bước để đến được đỉnh thành công, bạn sẽ trở thành một người lãnh đạo hoàn toàn lạc quan, tích cực, giàu sáng tạo và đầy hiệu quả.

40

QUY LUẬT THẤU CẢM

Người lãnh đạo luôn nhạy cảm và ý thức về nhu cầu, cảm xúc và động cơ của nhân viên cấp dưới.

Người lãnh đạo phải có khả năng thấu cảm cao để luôn ý thức được những tâm tư, cảm xúc và những phản ứng tiềm ẩn của người khác đối với những lời nói và hành động của mình. Trước khi đưa ra bất kỳ quyết định nào, người lãnh đạo đều dành thời gian để suy nghĩ về ảnh hưởng của các quyết định đó đối với mọi người. Họ biết rõ rằng cảm xúc của mọi người sẽ tác động lớn đến chất lượng thực hiện công việc của họ.

Lãnh đạo là người luôn biết lắng nghe. Họ lắng nghe cẩn thận và tìm cách nắm bắt những ẩn ý, mong muốn đằng sau lời nói của người khác. Họ luôn cởi mở với những thông tin phản hồi và sẵn sàng thay đổi hoặc điều chỉnh quyết định nếu đó là những phản hồi hợp lý và phù hợp.

Tùy theo từng tình huống, mọi người chờ đợi người lãnh đạo thể hiện những vai trò khác nhau. Có lúc, họ muốn sự rõ ràng và thẳng thắn. Lúc khác, họ muốn được thoải mái và hòa đồng. Họ muốn phong cách của người lãnh đạo cần phải linh hoạt theo

từng con người, bối cảnh sự việc. Người lãnh đạo biết thay đổi cách tiếp cận với mọi người, tùy thuộc vào những gì mà mọi người cần để thực hiện công việc hiệu quả nhất. Họ nhận ra rằng những hành vi cá nhân thể hiện mối quan tâm, sự lịch thiệp, chu đáo và tử tế của họ dành cho nhân viên cấp dưới là yếu tố quan trọng quyết định năng lực thực hiện của từng cá nhân.

Để nhân viên thực hiện công việc hiệu quả nhất, người lãnh đạo cần biết chính xác người khác mong đợi gì ở họ và nên dành thời gian để làm rõ trách nhiệm và các công việc được giao. Hãy đảm bảo mọi người biết chính xác phần việc mình được giao phó, tầm quan trọng của công việc và thời hạn hoàn tất cuối cùng. Khi nhiệm vụ được nhân viên thực hiện xuất sắc, người lãnh đạo hãy công nhận thành quả bằng những lời khen ngợi, động viên nhằm khơi gợi những điều tốt đẹp và tích cực về bản thân của nhân viên.

Người lãnh đạo không ngừng tạo các tình huống nhằm trao thêm quyền hạn cho nhân viên để họ cảm thấy mạnh mẽ và tự tin hơn. Người lãnh đạo cần sử dụng khả năng khuyến khích và thuyết phục sự cam kết từ nhân viên hơn là gây sức ép tâm lý, đồng thời khuyến khích mọi người tự do phát biểu về những suy nghĩ cũng như mối quan tâm thực sự của mình. Chất lượng mối quan hệ có thể được đo bằng mức độ trò chuyện thẳng thắn và chân thật giữa các bên.

41

QUY LUẬT KIÊN CƯỜNG

Trong quá trình nỗ lực để đạt được bất kỳ mục tiêu có giá trị nào, người lãnh đạo luôn đứng dậy sau khi trải qua những thất bại, thất vọng không thể tránh khỏi hay những đổ vỡ tạm thời.

Cuộc sống không phải lúc nào cũng là hành trình trải đầy hoa hồng. Thất bại, thử thách, khó khăn luôn là điều tất yếu không thể tránh khỏi. Giá trị của thành công sẽ ý nghĩa hơn nếu trước đó bạn đã vượt qua được mọi trở ngại. Thái độ phản ứng tích cực và mang tính xây dựng của bạn trước nghịch cảnh sẽ quyết định chặng đường thành công phía trước. Hãy luôn nhắc nhở bản thân: "Việc bạn vấp ngã như thế nào không quan trọng bằng cách bạn đứng dậy sau những vấp ngã đó!".

Khủng hoảng là một thực tế mà bạn không thể tránh khỏi trong quá trình kinh doanh. Xử lý hiệu quả khủng hoảng chính là một

cuộc thử nghiệm thể hiện khả năng lãnh đạo của bạn. Khi khủng hoảng xảy ra, mọi người đều chờ đợi và quan sát phản ứng của nhà lãnh đạo. Cách hành xử của nhà lãnh đạo trong những tình huống đặc biệt sẽ quyết định bầu không khí cần thiết cho tổ chức.

Khả năng giải quyết vấn đề và đưa ra những quyết định chính xác trước khi hành động là yếu tố quyết định thành công của bạn, quan trọng không kém gì các yếu tố khác. Khi có khủng hoảng xảy ra, hãy bình tĩnh và ngay lập tức thu thập dữ liệu của tình huống để có hướng xử lý thích hợp.

42

QUY LUẬT ĐỘC LẬP

Người lãnh đạo luôn tự mình suy nghĩ đồng thời hiểu rõ bản thân và điều mà họ tin tưởng.

Người lãnh đạo có xu hướng độc lập về suy nghĩ. Họ luôn rõ ràng về các giá trị, mục tiêu và nhiệm vụ cá nhân. Họ cũng rất minh bạch về niềm tin và chính kiến của mình. Mọi hành động của họ đều không chệch hướng khỏi các giá trị vì bất kỳ lý do nào, đặc biệt là các giá trị cốt lõi về trách nhiệm và sự liêm chính.

Người lãnh đạo thường quan tâm đến cảm xúc và quan điểm của người khác nhưng không tỏ ra quá nhạy cảm hoặc phân vân trước những sự phản đối hay bất đồng có thể xảy ra. Họ tham khảo ý kiến và lời khuyên của người khác nhưng tự mình đưa ra quyết định. Họ chịu trách nhiệm con đường đi của chính mình.

Người lãnh đạo thường không ngại ngần trước những khuyết điểm của mình. Họ chấp nhận sự thật và hiếm khi tìm cách biện minh hay đổ lỗi cho những người khác. Họ cũng không phiền lòng vì những lời chỉ trích, sự bất đồng hay những điều trái ngược ngoài mong đợi.

Người lãnh đạo biết chấp nhận cả ưu điểm lẫn nhược điểm của bản thân. Chính vì vậy, họ không quá khắt khe khi đánh giá người khác hoặc tìm cách thay đổi tính cách con người. Trên hết, người lãnh đạo luôn đặt ra cho bản thân những tiêu chuẩn cao và không ngừng phấn đấu để đạt được những tiêu chuẩn ấy. Họ không so sánh tính cách của mình với người khác mà tự so sánh với chính bản thân mình và đánh giá bản thân theo những chuẩn mực cao nhất mà mình có thể đạt được.

Người lãnh đạo có những mục tiêu và mục đích rõ ràng và luôn

làm việc theo lịch trình kế hoạch và nhịp độ của riêng mình. Họ thường xem xét lại bản thân để giải thích cho cả thành công và thất bại. Họ nhận ra rằng mình vẫn là người chưa hoàn hảo và cần phải cải thiện nhiều hơn nữa.

43

QUY LUẬT CẢM XÚC CHÍN CHẮN

Người lãnh đạo luôn bình thản, điềm tĩnh và tự chủ khi đối mặt với các vấn đề nan giải, khó khăn và nghịch cảnh.

Cảm xúc chín chắn là một trong những phẩm chất quan trọng nhất của người lãnh đạo. Để đạt được điều này, bạn phải hòa thuận với chính bản thân mình đồng thời giữ được bình tĩnh khi đối mặt với nghịch cảnh hay khó khăn.

Sự chín chắn về cảm xúc sẽ giúp bạn tránh được trạng thái căng thẳng hay giận dữ khi phải ở trong những tình huống nan giải, mơ hồ và không chắc chắn. Thay vì e sợ xung đột hoặc né tránh sự thay đổi, bạn hãy chấp nhận chúng như một phần tất yếu của vai trò người lãnh đạo. Mọi sự thay đổi đều có những cơ hội dành cho bạn.

Sự chín chắn về cảm xúc đòi hỏi bạn yêu quý, tôn trọng và có cái nhìn tích cực về bản thân. Bạn sẵn sàng lắng nghe sự phê bình hay phản đối của người khác với một thái độ mang tính xây dựng.

Bạn vẫn có thể xúc tiến công việc cho dù không nhận được sự biết ơn hay đền đáp ngay lập tức. Nếu sự việc không tiến triển như mong muốn thì bạn không nên nổi giận hay đổ lỗi cho bất kỳ điều gì, chỉ cần biết rằng bạn luôn nỗ lực hết mình và luôn chuẩn bị tâm lý cho những thất bại trên lộ trình đến thành công của mình.

Những người có cảm xúc chín chắn biết đặt ra những tiêu chuẩn hay mục tiêu riêng. Họ không phụ thuộc cách nhìn nhận của người khác mà luôn tin rằng mình có thể phán xét chân thực nhất khả năng của bản thân. Họ cũng biết thời điểm thích hợp để đưa ra quyết định cũng như đo lường được sức mạnh nội tại và giới hạn của sự an toàn cá nhân. Họ vốn là những người không quá phức tạp và ổn định về mặt tâm lý.

44

QUY LUẬT THỰC HIÊN XUẤT SẮC

Người lãnh đạo luôn tận tâm và không ngừng cải thiện việc thực hiện xuất sắc các nhiệm vụ hiện tại của mình.

Người lãnh đạo là người biết chọn cho nhóm của mình lĩnh vực vượt trội. Họ biết rằng bản thân sự vượt trội là một hành trình đầy nỗ lực chứ không đơn giản chỉ là đích đến. Người lãnh đạo luôn hướng đến những gì tốt nhất trong mọi việc mình làm. Họ không ngừng phấn đấu để trở nên tốt hơn trong những khía cạnh công việc trọng yếu. Họ so sánh bản thân mình với những cá nhân xuất sắc khác, tổ chức mình với những tổ chức thành công khác và sản phẩm, dịch vụ của mình với những sản phẩm, dịch vụ tốt hơn của đối thủ cạnh tranh để cải thiện không ngừng.

Người lãnh đạo luôn đặt ra các chuẩn mực xuất sắc cho mọi nhân viên dưới quyền. Không ai hoặc không bộ phận nào trong tổ chức có thể đi ngược lại chuẩn mực đã đặt ra. Chính vì điều này mà bản thân các nhà lãnh đạo luôn cam kết rằng cá nhân họ phải đạt được chuẩn mực xuất sắc khi làm bất kỳ việc gì để trở thành tấm gương cho mọi người noi theo. Họ không ngần ngại xóa bỏ hiện tượng thiếu năng lực hay kết quả công việc yếu kém. Họ luôn đòi hỏi chất lượng công việc ở mức độ cao và yêu cầu nhân viên nỗ lực hết mình.

Người lãnh đạo luôn học hỏi, phấn đấu nhiều trong công việc và trong cuộc sống cá nhân. Họ thường xuyên nghiên cứu sách báo, tài liệu, tham gia các buổi hội thảo, ghi chép những điều bổ ích... với tinh thần cầu tiến để có thể phát triển thêm những lĩnh vực mà họ thấy rằng mình có thể đóng góp nhiều giá trị hơn cho công việc. Người lãnh đạo xác định được những năng lực chính của bản thân, những nhiệm vụ mang tính sống còn mà họ làm vì trách nhiệm trong kinh doanh.

Người lãnh đạo nghĩ về tương lai và nhận ra những năng lực cốt lõi cần thiết để thành công trong những năm tới. Sau đó họ xây dựng các kế hoạch để có được những năng lực cốt lõi đó trước khi tận dụng chúng nhằm cạnh tranh hiệu quả trên thương trường ngày mai.

Trên hết, nhà lãnh đạo luôn nghĩ về chiến thắng. Họ luôn hướng đến thành tích, đến việc trở thành người ưu tú nhất trong lĩnh vực mà họ đã lựa chọn. Họ không thể thản nhiên để mặc đối thủ cạnh tranh vượt qua.

Nhân viên ở mọi cấp bậc đều được truyền cảm hứng nhiều nhất khi cảm thấy mình đang làm việc cho một tổ chức có các chuẩn

mực xuất sắc. Cách tốt nhất để bạn thúc đẩy và truyền cảm hứng cho người khác là tuyên bố sự cam kết trong việc trở thành công ty xuất sắc nhất trong lĩnh vực hay ngành nghề của mình. Sau đó, liên tục tạo ra các chuẩn mực cho kết quả kinh doanh của cá nhân bạn và cho cả công ty của bạn dựa trên "chuẩn mực cao nhất" trong ngành.

45

QUY LUẬT DỰ ĐOÁN TƯƠNG LAI

Người lãnh đạo có khả năng tiên đoán và dự báo tương lai.

Bạn hãy dành thời gian suy nghĩ nhiều về tương lai của mình vì điều này sẽ định hình hướng đi lâu dài cho cả cuộc đời còn lại của bạn. Khả năng dự báo tương lai chính xác sẽ quyết định phần lớn thành công và thất bại của bản thân bạn cũng như tổ chức của bạn.

Dự đoán tương lai là khả năng phân tích tình huống hiện tại và tiên đoán một cách chính xác những sự việc có thể xảy ra.

Người lãnh đạo giỏi là người biết nhìn xa trông rộng và chuẩn bị kỹ lưỡng những giải pháp để đối phó với những sự cố trước khi chúng xảy ra.

Người lãnh đạo biết rằng những thành công tiềm năng đôi khi biến thành thảm họa do không dự đoán khả năng thất bại trong một lĩnh vực nào đó. Cho dù xác suất xảy ra vấn đề nghiêm trọng hay đảo ngược hoàn toàn tình huống chiếm tỷ lệ rất thấp nhưng bạn cũng nên cân nhắc nghiêm túc và lập kế hoạch đối phó.

Người lãnh đạo cũng có khả năng đoán trước cơ hội và nhanh chóng tiến hành những hành động cần thiết nhằm chuẩn bị các nguồn lực phù hợp để tận dụng tình huống khi cơ hội xuất hiện.

Năng lực lãnh đạo không phải là một tố chất bẩm sinh mà là kết quả của những nỗ lực phấn đấu và rèn luyện không ngừng trong suốt sự nghiệp. Vị trí lãnh đạo sẽ đến với bạn khi bạn thể hiện tốt nhất khả năng của mình trong những tình huống đòi hỏi kỹ năng và phẩm chất đặc biệt. Đó là lúc bạn suy nghĩ với tầm nhìn rộng mở, tiên phong trong mọi công việc và hành động, mạnh dạn đưa ra những quyết định khi cần thiết và chấp nhận khoác lên mình tấm áo "trách nhiệm" mà không than vãn, biện minh, trông chờ vào vận may hay trốn chạy thực tế. Và điều quan trọng hơn hết là tất cả mọi người đều có thể trở thành nhà lãnh đạo xuất sắc nếu

biết vận dụng khéo léo những quy luật được trình bày trong chương này với một niềm tin vững bền vào sự thành công. Rồi cả thế giới sẽ rộng mở vòng tay chào đón bạn.

Phần 5
CÁC QUY LUẬT TIỀN TỆ

Bất cứ ai cũng mong muốn có được cuộc sống độc lập và thoải mái về tài chính. Đây là một trong những mục tiêu quan trọng mà tất cả mọi người luôn hướng tới. Trong nền kinh tế và xã hội hiện nay, cơ hội để bạn thực hiện mục tiêu này không quá khó khăn như trước kia. Nhiệm vụ của bạn là lựa chọn một cơ hội thích hợp nhất và cam kết theo đuổi đến cùng.

Tương tự những lĩnh vực khác, nếu muốn thành công trong lĩnh vực tài chính, bạn phải tuân theo những quy luật nhất định. Bên cạnh đó, thái độ và quan điểm về đồng tiền cũng như niềm tin về tương lai tài chính thịnh vượng sẽ góp phần quyết định số tiền mà bạn tích lũy trong suốt quá trình làm việc của mình. Ngoài ra, hạnh phúc của bản thân và sự độc lập về tài chính có sự liên quan mật thiết với nhau. Bạn sẽ không thể tìm thấy hạnh phúc thật sự nếu luôn phải sống trong tâm trạng lo lắng, căng thẳng về tiền bạc. Để cân bằng hai yếu tố quan trọng này, bạn cần xây dựng một pháo đài tài chính vững chắc và ổn định.

Tuy nhiên, hành trình đến với sự độc lập về tài chính cũng gặp không ít trở ngại. Một trong những trở ngại phổ biến nhất là suy nghĩ tiêu cực về đồng tiền. Nhiều người cho rằng đồng tiền luôn đem đến những điều bất hạnh và họ đánh giá những ai mải mê kiếm tiền đều là người xấu. Suy nghĩ này dường như đã ăn sâu vào tiềm thức của rất nhiều người. Tôi vẫn còn nhớ vào ngày kết hôn của mình, toàn thể gia đình bên vợ đều có mặt đông đủ và sếp của tôi, một người đàn ông có khối tài sản trị giá trên 500 triệu đô la, cũng đến tham dự. Khi ấy, các thành viên trong gia đình của vợ tôi đã định hình suy nghĩ rằng nghèo là trong sạch, hay nói rộng ra, thành công về tài chính là một điều gì đó không ngay thẳng, thậm chí xấu xa. Vì thế họ rất ngạc nhiên khi thấy sếp của tôi, người giàu có nhất mà họ đã từng gặp hay nghe nói đến, là một người

đàn ông lịch thiệp, nhã nhặn và cư xử đúng mực. Phải mất nhiều tháng, thậm chí nhiều năm sau, mọi người mới điều chỉnh được cách suy nghĩ cũng như sự áp đặt chủ quan của mình về những người giàu có.

Trên thực tế, đồng tiền đem đến nhiều điều tốt đẹp, cho phép bạn lựa chọn và sống theo cách mình muốn, mở cho bạn nhiều cánh cửa của sự thịnh vượng, hưởng thụ. Tuy nhiên, đồng tiền sẽ mang đến những điều tiêu cực nếu bạn quá bận tâm, xem trọng đồng tiền mà không nhận thấy rằng thực sự đây chỉ là một trong những công cụ để mưu cầu hạnh phúc, thành công. Đồng tiền có sức mạnh riêng và chỉ những ai biết cách kiếm tiền và sử dụng tiền một cách khéo léo mới thấy được những khía cạnh tích cực của đồng tiền.

Ngay từ bây giờ, bạn hãy thay đổi suy nghĩ, quan điểm của bạn về giá trị của đồng tiền và khởi đầu cho những điều mới mẻ bằng việc tích lũy tiền bạc. Hãy quyết tâm xây dựng để điều này trở thành thói quen không thể thiếu, rồi bạn sẽ thấy cơ hội để được độc lập về tài chính, để đạt được những mục tiêu quan trọng trong cuộc sống luôn có sẵn và chờ đợi bạn.

46

QUY LUẬT GIÀU CÓ

Thế giới chúng ta đang sống luôn đảm bảo sự giàu có cho những ai thực sự mong muốn và sẵn sàng tuân theo những quy luật chi phối sự mưu cầu đồng tiền.

Thế giới chúng ta đang sống thật hào phóng, luôn ban tặng chúng ta những cơ hội để đạt được mọi khát vọng chính đáng của bản thân, trong đó có khát vọng trở nên giàu có. Hầu như bạn có thể kiếm được tiền ở khắp mọi nơi vì đồng tiền không bao giờ thiếu hụt thực sự. Tuy nhiên, thái độ của bạn đối với sự thừa thãi hay khan hiếm tiền bạc sẽ tác động lớn đến việc bạn có trở nên giàu có hay không.

Hệ quả: Mọi người đều có thể trở nên giàu có nếu quyết tâm thật sự.

Khi bạn nuôi dưỡng quyết tâm làm giàu và tin tưởng vào khả năng bản thân thì mọi hành động của bạn sẽ xoay quanh mục tiêu này. Bạn sẽ không ngừng thực hiện những công việc cần thiết để biến niềm tin thành hiện thực. Chỉ cần nhìn vào hành động của một người, bạn sẽ nhận biết được mức độ quyết tâm của người đó.

Trong cuốn The Instant Millionnaire của Mark Fisher có đoạn: một chàng trai trẻ tìm gặp người triệu phú già để hỏi xin lời khuyên làm giàu. Sau một hồi lắng nghe chàng trai nói, người triệu phú bắt đầu bằng câu hỏi: "Tại sao anh lại chưa giàu?". Đây cũng chính là câu hỏi quan trọng mà bạn cần phải đặt ra cho bản thân trước khi bắt đầu hành trình tìm kiếm sự giàu có. Câu trả lời sẽ khơi gợi rất nhiều điều còn giới hạn về bản thân bạn, từ những mối nghi ngờ, nỗi sợ hãi, những lý do biện minh đến việc ngại đối mặt với thử thách, chần chừ trước sự đổi thay,... Tất cả những điều này sẽ giới hạn khả năng làm giàu của bạn. Vì vậy, bạn cần can đảm thừa nhận điểm yếu đồng thời tìm cách loại bỏ chúng để tự tin hơn trên con đường đến với thành công.

47

QUY LUẬT TRAO ĐỔI

Đồng tiền là phương tiện trung gian mà con người dùng để trao đổi hàng hóa và dịch vụ phù hợp với nhu cầu bản thân.

Trước khi có đồng tiền, con người đã dùng hình thức trao đổi hàng hóa và dịch vụ trực tiếp để đổi lấy những vật dụng đáp ứng nhu cầu bản thân. Khi nền văn minh phát triển và hình thức trao đổi này trở nên phức tạp, con người đã phát minh ra đồng xu. Nhờ vật trao đổi trung gian này, quá trình mua bán tổng thể đã trở nên hiệu quả hơn nhiều. Còn ngày nay, chúng ta đi làm và trao đổi sức lao động để được nhận tiền, sau đó dùng đồng tiền này để mua kết quả công việc của người khác được thể hiện ở những sản phẩm hay dịch vụ mà họ cung cấp.

Hệ quả thứ nhất: Đồng tiền là thước đo giá trị của hàng hóa và dịch vụ do con người đặt ra.

Giá trị của hàng hóa được thể hiện bằng đồng tiền. Việc một người sẵn sàng bỏ ra một số tiền để được sở hữu một món hàng đồng nghĩa với việc người đó chấp nhận giá trị của món hàng. Vì thế tất cả mọi giá trị đều mang tính chủ quan, cá nhân và dựa vào suy nghĩ, cảm xúc, thái độ cũng như ý kiến của khách hàng tiềm năng tại thời điểm quyết định mua hàng.

Hệ quả thứ hai: Sức lao động được nhìn nhận như một yếu tố sản xuất hoặc chi phí.

Tâm lý của mọi người thường xem "mồ hôi nước mắt" hay công việc của mình là một điều đặc biệt ý nghĩa và mang tính cá nhân sâu sắc vì đây chính là cơ hội để bạn thể hiện chính mình.

Tuy nhiên, cũng như những thứ khác, sức lao động của bạn chỉ là một chi phí trong mắt những người chủ doanh nghiệp hay những người thuê mướn bạn. Chính vì vậy, bạn không thể đặt một giá trị khách quan cho sức lao động của mình. Những người sẵn sàng trả cho sức lao động của bạn trong một thị trường cạnh tranh mới quyết định giá trị sức lao động của bạn và những gì bạn xứng đáng được hưởng xét ở góc độ tài chính.

Hệ quả thứ ba: Số tiền bạn kiếm được là thước đo giá trị sự đóng góp của bạn do người khác nhìn nhận.

Thị trường lao động hoạt động theo một quy luật rất đơn giản. Mức lương bạn nhận được sẽ luôn tỷ lệ thuận với ba yếu tố: tính chất công việc bạn đang làm, khả năng thực hiện công việc và mức độ khó khăn khi tìm người thay thế bạn. Ngoài ra, mức lương của bạn còn phụ thuộc vào số lượng và chất lượng đóng góp của bạn so với đóng góp của những người khác, kết hợp với giá trị và kỳ vọng mà người khác dành cho bạn.

Hệ quả thứ tư: Đồng tiền không phải là nguyên nhân mà là kết quả.

Nguyên nhân chính là công việc hay sự đóng góp của bạn đối với giá trị của một sản phẩm hay dịch vụ, còn kết quả là tiền thù lao hay tiền lương mà bạn được trả công. Nếu bạn muốn tăng kết quả, bạn phải tăng nguyên nhân.

Hệ quả thứ năm: Để có được nhiều tiền hơn, bạn phải đóng góp nhiều hơn.

Để kiếm được nhiều tiền hơn, bạn phải không ngừng nâng cao kiến thức, kỹ năng hay năng lực chuyên môn để có thể làm việc chăm chỉ và sáng tạo hơn, giúp nâng cao giá trị bản thân và cải thiện kết quả từ những cố gắng của mình. Những người được trả thù lao cao nhất trong xã hội là những người biết phát huy và tăng cường thế mạnh bản thân nhằm tạo thêm giá trị đối với công việc mà họ đang đảm nhiệm.

48

QUY LUẬT ĐỒNG VỐN

Tài sản quý nhất, chính là vốn tinh thần, thể chất và khả năng kiếm tiền của bạn.

Khả năng làm việc chính là tài sản quý giá nhất mà bạn được sở

hữu. Số tiền bạn đang nhận chính là thước đo trực tiếp khả năng kiếm tiền của bạn.

Hệ quả thứ nhất: Thời gian là nguồn lực quý giá nhất của con người.

Thời gian chính là món quà công bằng của cuộc sống. Dù bạn là ai, nắm giữ vị trí nào trong xã hội, nghề nghiệp của bạn là gì, thì bạn cũng đều có hai mươi bốn giờ trong ngày. Điều tạo nên sự khác biệt chính là cách thức sử dụng thời gian. Phần lớn khả năng kiếm tiền phụ thuộc vào số thời gian và mức độ tập trung tâm trí mà bạn dành cho công việc. Việc quản lý thời gian kém hiệu quả là một trong những nguyên nhân chính của năng suất thấp và thành quả không như mong đợi trong bất kỳ lĩnh vực kinh doanh nào. Điều này đúng cho cả nhà quản lý lẫn nhân viên bán hàng.

Ví dụ, rất nhiều nghiên cứu từ năm 1928 đến nay đã chỉ ra rằng những nhân viên bán hàng chỉ làm việc khoảng 20% thời gian. Một người bán hàng trung bình dành khoảng từ một đến một tiếng rưỡi mỗi ngày cho các hoạt động bán hàng trực tiếp, tiếp xúc với khách hàng hiện tại và tiềm năng. Số thời gian còn lại được dành vào các việc giao tiếp, trò chuyện, đọc tài liệu hướng dẫn bán hàng, gọi điện thoại, di chuyển và những hoạt động sử dụng lãng phí những giờ phút quý báu trong suốt cả ngày.

Nhà quản lý cũng gặp phải những tình huống tương tự. Trong một nghiên cứu gần đây, 95% nhà quản lý thừa nhận rằng toàn bộ 50% quỹ thời gian của mỗi ngày làm việc của họ được dành để giải quyết những sự việc chẳng liên quan gì đến công việc mà họ được trả lương. Và rất nhiều lần họ phải tham gia vào những lĩnh vực kém giá trị, không thể phát huy được hết năng suất của mình.

Hệ quả thứ hai: Thời gian và tiền bạc có thể được sử dụng hoặc dành cho việc đầu tư.

Tiền bạc và thời gian luôn có tính hai mặt. Ở một khía cạnh nào đó, chúng thay thế cho nhau và sẽ mất đi khi bạn sử dụng. Khi ấy, chúng sẽ trở thành chi phí chìm - chi phí bạn không thể thu hồi lại được. Nhưng ở khía cạnh khác, bạn có thể thu được lợi nhuận từ việc đầu tư thời gian và tiền bạc của mình đồng thời tăng thêm giá trị cho bản thân.

Một trong những việc đơn giản nhất bạn có thể làm là đầu tư 3% thu nhập hàng tháng của mình cho việc phát triển nghề nghiệp và bản thân cũng như cho việc thực hiện tốt hơn những điều

quan trọng nhất. Mỗi ngày, bạn hãy dành một giờ để đọc thêm sách báo về lĩnh vực chuyên môn. Mỗi tuần, hãy bỏ chút thời gian tham gia những khóa học nâng cao và cải thiện kỹ năng nghề nghiệp. Luôn tìm kiếm sự trợ giúp trong cuộc sống cũng như trong nghề nghiệp để có thể phát huy tối đa khả năng của bạn.

Bạn hãy không ngừng xây dựng một nguồn vốn trí tuệ, giá trị cá nhân và khả năng kiếm tiền. Sự liên tục cam kết phát triển cá nhân và nghề nghiệp sẽ đem lại cho bạn mức lợi nhuận nhiều hơn mức bạn từng nghĩ. Điều này cũng giúp bạn tiết kiệm nhiều năm tháng lao động vất vả với mức thu nhập và thành tích công việc thấp hơn. Lợi ích mà việc đầu tư thời gian và tiền bạc đem lại cho bạn có thể rất lớn.

Gần đây, Motorola ước tính rằng công ty này đang thu lại 30 đô la cho mỗi đô la dành cho việc đào tạo con người. Đây được xem là mức lợi nhuận cao nhất của việc đầu tư thời gian và tiền bạc mà Motorola đã đạt được. Những công ty, tập đoàn lớn khác cũng báo cáo những thành quả tương tự nhờ đầu tư vào việc đào tạo nhân viên và đội ngũ điều hành.

Bạn cũng có thể đạt được hiệu quả tương tự. Không gì có thể mang đến cho bạn một "cú đột phá" lớn và hiệu quả cho đồng tiền của bạn hơn là việc tái đầu tư một phần thời gian và tiền bạc để nâng cao khả năng tìm kiếm lợi nhuận.

Hệ quả thứ ba: Một trong những khoản đầu tư hiệu quả nhất về thời gian và tiền bạc là đầu tư nhằm mục đích tăng khả năng kiếm tiền.

Mục đích của việc hoạch định chiến lược doanh nghiệp là tăng "lợi nhuận trên vốn đầu tư". Điều này đòi hỏi việc tổ chức và tái tổ chức để doanh nghiệp kiếm được lợi nhuận cao hơn theo số vốn đầu tư. Trong môi trường công việc, vốn đầu tư cá nhân của bạn chính là cảm xúc và tinh thần. Như vậy, công việc của bạn là thu về mức lợi nhuận cao nhất có thể được trên nguồn vốn con người của mình, để tăng "lợi nhuận trên sức lực" của bạn.

Nếu một cỗ máy năng suất được xem như một loại vốn cố định thì bản thân bạn cũng là một hình thức vốn tinh thần và thể chất. Loại vốn này có thể sản xuất ra số lượng lớn hàng hóa và dịch vụ nếu biết tận dụng và phát huy tối đa năng lực. Bạn cần phải nhìn nhận bản thân theo cách này để hình thành thái độ đúng đắn trong quá trình làm việc của mình.

QUY LUẬT VIỄN CẢNH THỜI GIAN

Người thành đạt nhất trong bất kỳ môi trường xã hội nào chính là người biết dành thời gian để cân nhắc các quyết định hàng ngày của họ.

Quy luật này xuất phát từ những nghiên cứu ban đầu về phát triển tài chính do tiến sĩ Edward Banfield của Đại học Harvard tiến hành vào cuối thập niên 1950 và đầu thập niên 1960. Sau khi nghiên cứu các yếu tố được nhiều người cho rằng có đóng góp vào sự thành công về tài chính của cá nhân trong suốt một đời người, ông đã kết luận rằng có một yếu tố chính nổi trội hơn tất cả các yếu tố khác – yếu tố viễn cảnh thời gian.

Tiến sĩ Banfield nhận thấy nấc thang sự nghiệp và vị trí xã hội của một người càng cao thì viễn cảnh thời gian của người đó càng dài. Một ví dụ điển hình về viễn cảnh thời gian lâu dài là một người dành mười hay mười hai năm học tập và thực tập để trở thành bác sĩ. Người này đã dành một quãng thời gian rất dài để đặt nền móng cho sự nghiệp của cả cuộc đời. Và mọi xã hội đều dành cho nghề này sự kính trọng cao nhất trong mọi ngành nghề. Chúng ta đánh giá cao và nể phục những hy sinh mà họ đã phải chịu đựng để theo đuổi một nghề nghiệp có tầm quan trọng và ý nghĩa cao quý đối với tất cả mọi người. Chúng ta công nhận viễn cảnh thời gian lâu dài của họ.

Những người có viễn cảnh thời gian lâu dài luôn sẵn sàng trả giá cho sự thành công bằng một quãng thời gian thật dài trước khi đạt được thành công đó. Họ nghĩ đến "trái ngọt" của năm, mười hay thậm chí mười lăm năm tới nên quyết định "gieo hạt" bằng việc chấp nhận hy sinh khoảng thời gian vô cùng dài lâu. Trong khi đó, những người có viễn cảnh thời gian ngắn thường chỉ có thể giữ những vị trí thấp trong xã hội. Họ chỉ biết hướng đến những mục tiêu ngắn hạn cũng như có được thu nhập tạm thời đủ trang trải cuộc sống. Những người này dễ rơi vào vòng xoáy tiêu cực và bế tắc của xã hội bởi họ không nhìn thấy tương lai dài lâu của mình.

Bạn có thể tiến lên những nấc thang xã hội và tài chính cao hơn khi bắt đầu suy nghĩ, cân nhắc kỹ lưỡng về những hành động của mình theo cách hướng đến những kết quả lâu dài. Khi biết sắp xếp cuộc sống cũng như các ưu tiên cho mục tiêu tương lai hay tham vọng trong tâm trí, bạn sẽ thấy chất lượng các quyết định của

mình được cải thiện, gần như cuộc sống của bạn sẽ trở nên tốt hơn.

Hệ quả thứ nhất: Không tỏ ra quá thỏa mãn là chìa khóa mở ra thành công về tài chính.

Khả năng của bạn trong việc rèn luyện sự tự chủ, kiềm chế bản thân, hy sinh cái trước mắt để có thể tận hưởng những phần thưởng lớn hơn về lâu dài chính là khởi điểm của việc phát triển một viễn cảnh thời gian lâu dài. Điều này rất quan trọng đối với thành quả tài chính dưới bất kỳ hình thức nào.

Hệ quả thứ hai: Kỷ luật tự giác là phẩm chất cá nhân quan trọng nhất để đảm bảo thành công lâu dài.

Elbert Hubbard đã định nghĩa sự kỷ luật tự giác là "khả năng buộc bản thân bạn làm những điều cần làm vào những lúc cần làm, dù bạn có muốn hay không". Herbert Gray, một doanh nhân, đã dành mười một năm tìm kiếm cái mà ông gọi là "đặc điểm chung của thành công". Ông đã nghiên cứu hàng ngàn người thành đạt và cuối cùng đi đến kết luận: "Người thành đạt là người có thói quen làm những việc mà người không thành đạt không thích làm".

Vậy những việc mà người không thành đạt không thích làm là gì? Thật ra chúng cũng là những việc mà hầu hết mọi người đều không thích làm như dậy sớm, làm việc chăm chỉ, làm thêm giờ, đảm nhận thêm trách nhiệm,... Những người thành đạt không ngại làm những công việc này vì họ biết hướng đến kết quả tương lai mà không quan trọng phương pháp hiện tại.

Khả năng của bạn trong việc nỗ lực vượt qua những thói quen thông thường của bản thân để vươn đến một mục tiêu lâu dài trong tương lai chính là biểu hiện rõ nhất của người thành đạt.

Hệ quả thứ ba: Hy sinh hiện tại là cái giá bạn phải trả cho viễn cảnh thành công lâu dài.

Khi bạn biết kiềm chế thói quen chỉ làm những việc dễ dàng hay những gì mà bạn yêu thích, khi bạn biết tự khép mình vào kỷ luật để thực hiện những việc khó khăn nhưng cần thiết, khi bạn biết đầu tư thời gian và tiền bạc vào việc rèn luyện bản thân thì cũng chính là lúc bạn đang xây dựng cho bản thân mình những tính cách tích cực có thể đảm bảo cho bạn một cuộc sống tương lai tốt đẹp hơn.

QUY LUẬT TIẾT KIỆM

Sự tự do về tài chính sẽ đến với những ai biết tiết kiệm 10% trở lên từ thu nhập của mình trong suốt cuộc đời của họ.

Bạn hãy xây dựng cho mình thói quen tiết kiệm một phần lương vào bất kỳ lần lĩnh lương nào. Những gì bạn tiết kiệm hôm nay sẽ đảm bảo cho sự an toàn và triển vọng của bạn vào ngày mai.

Hệ quả thứ nhất: Tích lũy theo tỷ lệ 1/10.

Hệ quả này xuất phát từ cuốn Người giàu có nhất thành Babylon của George Clason. Ngay hôm nay, bạn hãy bắt đầu tiết kiệm 10% thu nhập của mình. Bạn hãy xem đây là quỹ tích lũy tài chính lâu dài và không bao giờ sử dụng nó vì bất kỳ lý do gì ngoại trừ để đảm bảo tương lai tài chính của bạn.

Thế nhưng, trên thực tế, đa số mọi người thường sử dụng số tiền tiết kiệm sớm hơn dự định vì họ cho rằng không thể dự đoán được khi nào mình mới rơi vào cảnh khốn khó trong khi nhu cầu hiện tại lại đang cấp bách. Vì vậy, nếu bạn dự định mua sắm hay đi du lịch, hãy lập một quỹ riêng để tránh tối đa việc xâm phạm tài khoản tích lũy tài chính của mình.

Điều quan trọng là khi việc tiết kiệm 10% đã trở thành một thói quen thì bạn sẽ cảm thấy thoải mái khi chỉ sống với 90% còn lại. Và theo thời gian, bạn hãy tăng mức tiết kiệm của mình từ 10% lên 15%, 20% và thậm chí cao hơn nữa. Khi ấy, đời sống tài chính của bạn chắc chắn có sự thay đổi rất nhiều.

Hệ quả thứ hai: Hãy tận dụng các khoản tiền tiết kiệm từ việc hoãn thuế và các kế hoạch đầu tư.

Những khoản tiền được tiết kiệm hay đầu tư mà không bị đánh thuế sẽ tích lũy với tốc độ nhanh hơn từ 30% đến 40% so với số tiền bị đánh thuế. Theo cuốn The Millionnaire Next Door của tiến sĩ Thomas Stanley, những nhà triệu phú kinh doanh thành công luôn nghĩ đến việc tích lũy ngân quỹ của họ dưới dạng tài sản như bất động sản, các công ty tư nhân và các khoản vốn từ việc bán cổ phiếu với giá trị cao để không phải chịu các khoản thuế.

Bạn hãy đầu tư vào các kế hoạch hưu trí, các tài khoản đầu tư giáo dục, các chương trình lựa chọn mua cổ phiếu và bất kỳ khoản đầu tư hợp pháp khác để tích lũy nguồn tài chính dài hạn. Luôn tận dụng từng đồng một!

51

QUY LUẬT BẢO TOÀN

Yếu tố quyết định tương lai tài chính của bạn không phải là bạn kiếm được bao nhiêu mà là bạn giữ được bao nhiêu.

Khả năng kiếm tiền vượt trội luôn là niềm ao ước của tất cả mọi người. Thế nhưng, khi lên đến đỉnh cao của sự thành công, một số người trở nên tự mãn và cho rằng tất cả chỉ là nhờ năng lực nổi bật của mình; nhưng thật ra trong nhiều trường hợp, họ là người may mắn được ở trong một nền kinh tế hay lĩnh vực kinh doanh đặc thù đang phát triển nở rộ. Những người này tiêu xài rất thoải mái với niềm tin chủ quan rằng hiện tại có thể kiếm được nhiều tiền thì tương lai chắc chắn cũng sẽ kiếm được nhiều tiền như thế. Thật ra, thước đo hiệu quả nhất cho tương lai tài chính không phải số tiền mà bạn đang kiếm được mà là số tiền mà bạn thật sự giữ lại được. Những người thành công luôn rõ ràng trong việc chi tiêu và tiết kiệm để bù đắp cho những giai đoạn nền kinh tế không ổn định hay công việc kinh doanh xuống dốc.

52

QUY LUẬT PARKINSON

Chi phí luôn tăng để bắt kịp mức thu nhập.

Quy luật Parkinson là một trong những quy luật quan trọng và nổi tiếng nhất về sự tích lũy của cải và tiền bạc. Quy luật này được Northcote Parkinson phát triển nhiều năm trước đây, giải thích về sự túng thiếu, nghèo khó của những người về hưu.

Quy luật này cho rằng dù con người kiếm được bao nhiêu tiền đi nữa, họ thường có xu hướng chi tiêu hết và thậm chí chi tiêu vượt mức thu nhập. Khi thu nhập thấp, con người sẽ chi tiêu ít nhưng khi thu nhập tăng cao, nhu cầu con người tự nhiên tăng lên đòi hỏi phải chi tiêu nhiều hơn. Nói cách khác, chi phí luôn tỷ lệ thuận với thu nhập.

Hệ quả thứ nhất: Bạn sẽ độc lập về tài chính nếu biết phá vỡ quy luật Parkinson.

Quy luật Parkinson giải thích cái bẫy mà hầu hết mọi người đều mắc phải. Đây là lý do khiến con người lâm vào cảnh nợ nần, lo lắng về tiền bạc và đổ vỡ về tài chính. Chỉ đến khi xây dựng được một sức mạnh ý chí đủ để chống lại những thôi thúc mãnh liệt

của việc tiêu xài mọi thứ kiếm được thì bạn mới có thể bắt đầu tích lũy tiền và tiến lên phía trước.

Hệ quả thứ hai: Bạn sẽ được độc lập về tài chính nếu biết duy trì mức chi tiêu thấp hơn mức thu nhập và dùng khoản dư ra để tiết kiệm hay đầu tư.

Điểm mấu chốt này có thể được xem như một "tấm đệm". Nếu bạn có thể "chèn tấm đệm" giữa mức thu nhập đang tăng và chi phí cũng tăng trong cuộc sống của mình, bạn sẽ có được khoản tiền dư ra dùng để tiết kiệm hoặc đầu tư. Bằng việc phá vỡ quy luật Parkinson một cách có ý thức, bạn sẽ có được sự độc lập về tài chính.

53

QUY LUẬT KIỀNG BA CHÂN

Sự độc lập về tài chính như một chiếc kiềng ba chân vững chãi gồm có: tiết kiệm, bảo hiểm và đầu tư.

Một trong những trách nhiệm chính của bạn đối với bản thân và những người xung quanh là xây dựng một pháo đài tài chính vững chắc trong quá trình làm việc, nhằm tạo một điểm tựa giúp bạn tránh các bất ổn về tài chính sau này. Để đạt được mục tiêu này, bạn cần phân chia tài chính theo tỷ lệ phù hợp trong ba lĩnh vực: tiết kiệm, bảo hiểm và đầu tư.

Hệ quả thứ nhất: Để đề phòng những điều bất lợi có thể xảy ra, bạn cần phải có khoản tiết kiệm tiền mặt tương đương với từ hai đến sáu tháng chi tiêu trung bình.

Mục tiêu tài chính đầu tiên của bạn là tiết kiệm đủ tiền để có thể nuôi sống bản thân mình nếu chẳng may bạn bị mất nguồn thu nhập trong vòng sáu tháng. Chính việc gởi số tiền tiết kiệm này vào một tài khoản cá nhân có lãi suất hàng tháng sẽ đem lại cho bạn cảm giác tự tin và thoải mái. Bạn sẽ làm việc hiệu quả hơn và không phải lo lắng nhiều về những dự định tương lai khi biết mình luôn có sẵn khoản tiền dự trữ.

Một phụ nữ trẻ sau khi tham dự buổi hội thảo của tôi với chủ đề "tầm quan trọng của việc tiết kiệm tiền bạc" đã viết thư cho tôi một năm sau đó và kể lại câu chuyện thú vị về bản thân cô. Cô nói rằng trước kia chưa bao giờ cô phải cân nhắc đến tình hình tài chính thực tế của mình. Cô hầu như tiêu xài tất cả những khoản thu nhập có được, thậm chí thâm hụt thêm vào tài khoản thẻ tín

dụng. Kết quả là cô luôn ở trong tình trạng nợ nần. Tuy nhiên, sau buổi hội thảo của tôi, cô thực sự nhận ra vấn đề và bắt đầu tiết kiệm một phần thu nhập hàng tháng của mình, khởi đầu với mức 5% và tăng dần sau đó. Chỉ trong vòng một năm, cô đã để dành được số tiền tương đương với hai tháng thu nhập.

Trong lúc đó, công ty cô đang làm việc có một vài thay đổi về mặt nhân sự và cô phải làm việc với người sếp mới. Người sếp này luôn tỏ thái độ kẻ cả, trịch thượng, thường xuyên chỉ trích cô và luôn đặt ra yêu cầu làm việc quá mức. Sau một thời gian cố gắng chịu đựng, cô quyết định nghỉ việc vì không thể tiếp tục được nữa. Cô tâm sự với tôi rằng quyết định nghỉ việc đó là một bước đột phá lớn của cô. Thật ra, cho đến tận lúc đó, cô vẫn còn thụ động và hầu như chấp nhận những gì cấp trên yêu cầu. Thế nhưng, khi không phải chịu áp lực về tài chính, cô đã tự tin đặt bản thân mình ở vị trí cao hơn và có trách nhiệm hơn về chính cuộc đời mình. Rõ ràng, nếu không có số tiền tiết kiệm trong tài khoản, cô sẽ không nghĩ đến việc từ bỏ công việc đáng chán và dành thời gian tìm một công việc tốt hơn với mức lương cao hơn. Khi sống trong tâm trạng và môi trường như thế, dần dần cô sẽ đánh mất lòng tự trọng cũng như sự tự tin của mình.

Hệ quả thứ hai: Bạn phải mua bảo hiểm đủ để đề phòng bất kỳ trường hợp khẩn cấp nào xảy ra mà khoản tiền tiết kiệm trong ngân hàng không đủ để chi trả.

Có lẽ nhu cầu sâu xa nhất của con người chính là ước muốn được an toàn và một trong những cách thức để đảm bảo sự an toàn chính là mua bảo hiểm để đối phó với những trường hợp khẩn cấp mà bạn không đủ sức trang trải. Hãy tham gia bảo hiểm y tế đầy đủ để dự phòng cho bạn và người thân trong bất kỳ trường hợp cấp cứu hay tai nạn nào. Hãy mua bảo hiểm cho xe của bạn để đề phòng trường hợp va quệt phải bồi thường theo trách nhiệm pháp lý. Hãy mua bảo hiểm nhân thọ để nếu có chuyện gì không may xảy ra với bạn, những người thân của bạn vẫn có thể ổn định được cuộc sống. Hãy tham gia các loại bảo hiểm về giáo dục để các con của bạn có được một tương lai vững chắc,... Trong tất cả các trường hợp, hãy đặt bản thân và những người thân yêu của bạn lên trên hết.

Hệ quả thứ ba: Mục tiêu tài chính bạn cần hướng đến là tích lũy vốn cho đến khi các khoản đầu tư đem lại cho bạn lợi nhuận nhiều hơn mức thu nhập từ công việc.

Cuộc đời của bạn được chia ra làm ba giai đoạn tương đối rõ ràng.

Đầu tiên là những năm tháng học tập - quãng thời gian bạn lớn lên và được giáo dục học hành. Tiếp theo là khoản thời gian làm việc và kiếm tiền - khi bạn bắt đầu bước chân vào cuộc sống và sống tự lập, thời gian này kéo dài khoảng bốn mươi năm. Cuối cùng là những năm tháng nghỉ ngơi - giai đoạn bạn về hưu, không trực tiếp tham gia làm việc.

Chiến lược tài chính thành công và hiệu quả nhất khi số tiền bạn tích lũy từ các khoản tiết kiệm và đầu tư trong suốt thời gian làm việc đem lại lợi nhuận nhiều hơn mức thu nhập bạn từng kiếm được từ công việc hằng ngày. Vào thời điểm nghỉ ngơi, bạn bắt đầu rút lui khỏi công việc và dành thời gian quản lý tài sản hiện có. Điều này giống như chiến lược hoạch định rất đơn giản của cả đời người, nhưng điều ngạc nhiên là rất nhiều người kết thúc giai đoạn làm việc ở tuổi 65 với số tài sản dành dụm được vô cùng ít ỏi. Hy vọng điều này sẽ không xảy ra với bạn.

54

QUY LUẬT ĐẦU TƯ

Hãy nghiên cứu kỹ lưỡng trước khi bạn đầu tư.

Đây là một trong những quy luật quan trọng nhất về tiền tệ. Bạn nên dành nhiều thời gian nghiên cứu kỹ lưỡng một thương vụ đầu tư cụ thể để tránh bất kỳ rủi ro nào có thể xảy ra.

Số tiền bạn dự định đầu tư là kết quả của nhiều năm tháng nỗ lực làm việc vất vả. Vì vậy trước khi quyết định đầu tư "công sức lao động" này, bạn hãy điều tra tỉ mỉ mọi khía cạnh, chi tiết. Hãy yêu cầu thông tin trung thực, chính xác và đầy đủ dưới bất kỳ hình thức nào. Nếu bạn vẫn còn cảm giác nghi ngờ hay lo ngại về bất cứ điều gì, hãy khoan vội đầu tư mà kiên nhẫn chờ đợi một cơ hội đầu tư khác, thích hợp hơn và ít rủi ro hơn.

Hệ quả thứ nhất: Điều dễ thực hiện nhất đối với đồng tiền là đánh mất nó.

Quả thật, trong thị trường đầy cạnh tranh ngày nay, việc kiếm được một đồng tiền là một vấn đề không đơn giản nhưng khi kiếm được tiền rồi, thì việc tiêu tiền lại vô cùng dễ dàng, hầu như ai cũng có thể làm được. Ngạn ngữ Nhật Bản có câu: "Kiếm tiền giống như đào đất bằng ngón tay còn tiêu tiền giống như tưới nước vào cát".

Hệ quả thứ hai: Không đánh mất tiền vào những việc vô nghĩa.

Hệ quả này xuất phát từ câu nói của tỷ phú dầu lửa Marvin Davis trong một lần phỏng vấn với tạp chí Forbes. Theo Marvin Davis, một trong những nguyên tắc thành công của ông chính là "Không đánh mất tiền vào những việc vô nghĩa".

Theo quan điểm này, bạn phải có cái nhìn thật tỉnh táo để phân biệt đâu là những việc ý nghĩa và không ý nghĩa. Ranh giới giữa chúng không phải lúc nào cũng thật rõ ràng. Davis nói rằng nguyên tắc này vô cùng quan trọng đến nỗi bạn nên viết ra giấy và đặt ở những nơi mà bạn có thể nhìn thấy hàng ngày. Hãy xem đồng tiền bạn có như thể đó là một phần cuộc đời của bạn. Bạn đã phải đánh đổi nhiều năm tháng lao động vất vả mới có được một số tiền nhất định. Đó chính là phần thưởng cho những nỗ lực của bạn. Khoảng thời gian đó là một phần đời ý nghĩa của bạn và sẽ không quay trở lại. Chính vì vậy, bạn hãy cân nhắc khi sử dụng phần thưởng cuộc đời vì đó chính là sự đảm bảo an toàn về tài chính. Nếu mất đi, bạn phải bắt đầu dành một khoảng thời gian làm việc vất vả mới có lại được và đôi khi, cơ hội để bắt đầu không phải lúc nào cũng dễ dàng và sẵn sàng.

Hệ quả thứ ba: Bạn đừng vội chủ quan khi cho rằng số tiền bạn đánh mất không đáng kể so với số tiền bạn đang có.

Những người thành công và biết quý trọng đồng tiền hiếm khi chấp nhận việc đánh mất tiền vào những mục đích vô bổ, cho dù số tiền đó chỉ là một phần rất nhỏ trong tổng số thu nhập của họ. Ngạn ngữ cổ đã nói: "Kẻ ngốc và tiền bạc của anh ta sẽ nhanh chóng chia tay nhau" hoặc "Khi một người đầy kinh nghiệm gặp một người có tiền, người có tiền sẽ tích lũy được kinh nghiệm còn người có kinh nghiệm sẽ tích lũy được tiền".

Hãy luôn tự hỏi điều gì sẽ xảy ra nếu bạn mất 100% tiền trong một thương vụ đầu tư có vẻ đầy triển vọng. Bạn có thể giải quyết được điều đó không? Nếu không thể, hãy khoan vội quyết định đầu tư.

Hệ quả thứ tư: Chỉ nên hợp tác đầu tư với những người có bề dày thành tích chứng minh sự thành công của họ về tiền bạc.

Tôi đã từng được trò chuyện với một triệu phú đi lên từ hai bàn tay trắng ở Portland, Oregon. Để có được giá trị tài sản lên đến vài triệu đô la như hiện nay là do ông luôn tuân thủ nguyên tắc đầu tư của mình. Nguyên tắc của ông thật ra khá đơn giản: ông chỉ hợp tác với những người nào chứng minh được rằng họ đã từng thành công với việc kiếm tiền hoặc đầu tư tiền.

Là một người giàu có nên ông thường được những người bán vốn đầu tư tiếp cận. Mỗi lần như thế, ông yêu cầu họ trao đổi các bản kê khai tài chính cá nhân. Nếu bản kê khai đưa ra những con số tin cậy về sự thành công của họ, ông chấp nhận lời đề nghị mua vốn đầu tư. Nếu không, ông thẳng thắn từ chối việc hợp tác. Vì sự rõ ràng và nguyên tắc khi làm việc nên ông đã gặt hái nhiều thành công với số lợi nhuận tăng đều. Nếu bạn học hỏi cách làm việc của người triệu phú này, chắc chắn bạn sẽ giảm được khá nhiều rủi ro. Đừng đánh mất tiền một cách vô ích. Nếu bạn cảm thấy muốn đầu tư, hãy xem lại nguyên tắc này và quyết tâm giữ lại những gì mình đã có.

55

QUY LUẬT LÃI KÉP

Đầu tư tiền bạc một cách cẩn thận và lãi kép từ thương vụ đầu tư sẽ giúp bạn trở nên giàu có.

Lãi kép được xem là một trong những điều kỳ diệu của nền kinh tế học. Albert Einstein đã mô tả lãi kép là sức mạnh lớn nhất trong xã hội con người. Đồng tiền của bạn sẽ tăng lên rất nhiều sau một thời gian bạn tích lũy theo lãi kép.

Bạn có thể sử dụng quy tắc 72 để xác định xem bạn sẽ mất thời gian bao lâu để tăng gấp đôi số tiền tích lũy với bất kỳ mức lãi suất nào. Bạn hãy lấy 72 chia cho lãi suất. Ví dụ, nếu bạn đang đầu tư với 8% lãi, lấy 72 chia cho 8 được 9. Điều này có nghĩa là bạn sẽ mất 9 năm để tăng gấp đôi số tiền của bạn với lãi suất hàng năm là 8%.

Người ta ước tính rằng một đô la được đầu tư với lãi suất 3% vào thời điểm những năm đầu công nguyên sẽ tương đương với một nửa số tiền trên thế giới ngày nay. Nếu số tiền này được làm cho sinh sôi nảy nở và tăng gấp đôi, rồi nhiều lần gấp đôi như thế nữa, thì ngày nay nó sẽ đáng giá hàng ngàn tỷ đô la.

Hai mươi bốn đô la mà người Hà Lan đã trả cho người Ấn Độ bản xứ để đổi lấy đảo Manhattan, nếu được đầu tư với lãi suất 5%, ngày nay sẽ đáng giá hơn 2,2 tỷ đô la. Lãi kép chính là một công cụ mạnh mẽ trong việc làm giàu.

Hệ quả: Chìa khóa mở ra lãi kép là cất tiền đi và đừng bao giờ đụng đến nó.

Một khi bạn đã tích lũy tiền và số tiền này bắt đầu sinh sôi nảy nở,

bạn đừng bao giờ đụng đến hay tiêu xài vì bất kỳ lý do gì. Nếu vi phạm, bạn đã tự mình đánh mất sức mạnh của lãi kép. Mặc dù hôm nay bạn chỉ tiêu một số tiền nhỏ, nhưng bạn sẽ phải chia tay với một con số khổng lồ sau này.

Vào năm 1935, một thư ký ở New York đã nhận phần chia tài sản trị giá 5.000 đô la sau khi ly hôn. Cô đã mang toàn bộ số tiền này đến một nhà kinh doanh cổ phiếu dày dạn kinh nghiệm và người này đã giúp cô chọn mua những cổ phiếu khả thi nhất. Sau nhiều năm với nhiều thời điểm thăng trầm và với tỷ lệ lãi kép dao động từ 12 đến 15%, số tiền 5.000 đô la năm 1935 ngày nay đã trở thành khối tài sản khổng lồ với hơn 22 triệu đô la. Số tiền này giúp bà có một cuộc sống thoải mái và dư dả khi về hưu.

56

QUY LUẬT TÍCH LŨY

Mọi thành công lớn về tài chính đều là kết quả của rất nhiều sự hy sinh và nỗ lực thầm lặng.

Để được độc lập về tài chính, bạn cần phải nỗ lực rất nhiều. Quan trọng và khó khăn hơn cả là việc chiến thắng những nhu cầu, mong muốn nhất thời của bản thân để duy trì việc tích lũy tiền bạc được đều đặn và lâu dài. Thời gian đầu, điều này có thể sẽ làm bạn không thoải mái và bạn cũng sẽ chưa nhận ra sự thay đổi hay khác biệt nào. Nhưng những nỗ lực của bạn sẽ dần đơm hoa kết trái. Nguồn tài chính tích lũy của bạn tăng dần. Mọi khoản nợ bạn đều thanh toán xong. Cơ hội đầu tư đến với bạn nhiều hơn. Cuộc sống của bạn sẽ dần ổn định và cải thiện nhiều hơn.

Hệ quả thứ nhất: Việc bạn tích lũy tiền tiết kiệm đồng nghĩa với việc bạn đang xây dựng một động lực thúc đẩy bản thân chuyển động nhanh hơn về phía các mục tiêu tài chính.

Khởi động một chương trình tích lũy tài chính không phải là việc dễ dàng nhưng một khi đã bắt đầu, bạn sẽ quen dần và cảm thấy mọi việc thật đơn giản. Một trong những bí quyết lớn để thành công là áp dụng Nguyên tắc Động lực. Theo nguyên tắc này, bạn phải nỗ lực rất nhiều mới có thể vượt qua tính trì trệ ban đầu cũng như làm quen với việc tích lũy tài chính, nhưng một khi đã thật sự bắt đầu, bạn sẽ nhanh chóng duy trì thành thói quen.

Động lực là một yếu tố quan trọng quyết định hành động nên bạn cần phải xây dựng và duy trì động lực liên tục. Nếu động lực của bạn đã mất hoặc giảm dần, bạn sẽ gặp nhiều khó khăn để khôi

phục và bắt đầu lại.

Hệ quả thứ hai: Tích lũy cả một gia tài lớn thì khó, nhưng dành dụm từng ít một chắc chắn sẽ được.

Không phải lúc nào cuộc sống cũng cho phép bạn tiết kiệm hoặc 20% thu nhập vì có thể bạn sẽ rơi vào cảnh nợ nần hoặc chỉ đủ sống qua ngày. Trong những trường hợp này, thay vì tiết kiệm 10%, bạn hãy bắt đầu tiết kiệm chỉ 1% thu nhập và cương quyết không đụng số tiền 1% này. Bạn hãy mua một con heo đất và khi trở về nhà sau một ngày làm việc, hãy bỏ số tiền lẻ bạn còn trong ngày vào đây. Khi con heo đất đầy, hãy mang đến ngân hàng và gửi toàn bộ số tiền vào tài khoản tiết kiệm. Bất cứ khi nào bạn nhận được khoản tiền lời từ việc bán một vật dụng gì đó, thanh toán nợ cũ hoặc một món tiền thưởng bất ngờ, thay vì tiêu xài hết, bạn hãy gửi vào tài khoản tiết kiệm.

Những khoản tiền tưởng như nhỏ nhặt này sẽ bắt đầu tăng lên ở một mức độ làm bạn kinh ngạc. Sau khi đã ổn định cuộc sống với mức tiết kiệm 1%, bạn hãy tăng dần lên 2%, sau đó 3%, rồi 4% và 5%... Trong vòng một năm, bạn sẽ thấy mình thoát ra khỏi nợ nần và tiết kiệm được 10%, 15% và thậm chí 20% thu nhập mà không thực sự ảnh hưởng đến cuộc sống của bạn.

57

QUY LUẬT THU HÚT

Càng tiết kiệm và tích lũy nhiều tiền, bạn càng thu hút được nhiều tiền vào cuộc đời mình.

Quy luật Thu hút này giải thích rất nhiều về thành công và thất bại trong mọi lĩnh vực của cuộc sống, đặc biệt là trên đấu trường tài chính. Nơi có nhiều tiền nhất là nơi đồng tiền được tôn trọng. Bạn càng quý trọng giá trị đồng tiền, bạn càng có nhiều cơ hội để kiếm được nhiều tiền hơn.

Lý do khiến nhiều người không tích lũy hay kiếm được nhiều tiền xuất phát chủ yếu từ chính suy nghĩ của họ. Điều này giải thích tại sao có nhiều người ở các nước thuộc thế giới thứ ba đã thành công và thể hiện được chính mình trong những nền kinh tế phát triển. Ở môi trường mới, cách tư duy và suy nghĩ của họ sẽ thay đổi theo chiều hướng mới mẻ và tích cực hơn để hòa nhập với mọi người. Điều này giúp họ thu hút con người, ý tưởng, cơ hội và các nguồn lực kinh doanh mới. Đây chính là những bước đệm quan trọng đưa họ đến với thành công và giàu có.

Hệ quả thứ nhất: Ý thức làm giàu và tiền bạc hút nhau như nam châm hút mạt sắt.

Lần đầu tiên tôi biết đến cụm từ "ý thức làm giàu" vào năm tôi hai mươi tuổi. Khi đó, tôi thật sự ấn tượng với cụm từ này nhưng do chưa hiểu được trọn vẹn ý nghĩa và tầm quan trọng của nó nên tôi quyết tâm tìm hiểu. Sau nhiều năm tháng thăng trầm và trải nghiệm, tôi nhận ra rằng khi bạn nuôi dưỡng thái độ tích cực đối với tiền bạc và tin tưởng vào quy luật Giàu có, những cảm xúc và niềm hy vọng của bạn sẽ như một thanh nam châm thu hút thật nhiều tiền bạc đến với cuộc sống của bạn. Đó chính là lý do tại sao bạn nên tích lũy tiền cho dù cuộc sống hay thu nhập của bạn như thế nào đi nữa. Hãy bắt đầu bằng một khoản tiền nhỏ và khi được cộng hưởng với niềm tin, khoản tiền nhỏ đó sẽ đem lại cho bạn số tiền nhiều đến bất ngờ.

Ông vua dầu lửa John D. Rockefeller khởi nghiệp từ vị trí nhân viên văn phòng với mức lương 3,75 đô la mỗi tuần. Từ số tiền này, ông đã trao một nửa cho nhà thờ và tiết kiệm 50 xu. Số tiền đó tuy không nhiều nhưng là điểm bắt đầu cho sự nghiệp của ông. Ở độ tuổi năm mươi, Rockefeller đã hoàn toàn thống trị việc sản xuất cũng như phân phối dầu thô và nhiên liệu của Mỹ. Ông cũng là một trong những người thành đạt và giàu có nhất thế giới. Tất cả đều bắt đầu từ việc tiết kiệm 50 xu mỗi tuần.

Hệ quả thứ hai: Dùng tiền để kiếm tiền.

Khi bạn đã quen với việc khép mình vào kỷ luật tự giác, biết tự kiềm chế bản thân vào những lúc cần thiết nhằm phá vỡ thói quen tiêu xài những đồng tiền kiếm được, bạn đã chứng minh cho bản thân cũng như cho những người khác rằng bạn là người đáng tin cậy về tiền bạc.

Cách đây nhiều năm, khi tôi làm đơn xin vay vốn kinh doanh, ngân hàng yêu cầu tôi phải có tài sản thế chấp gấp năm lần số tiền tôi muốn vay. Lúc đó tôi rất ngạc nhiên nhưng sau này tôi mới biết rằng đây là tỷ lệ thông thường mà các ngân hàng đòi hỏi từ những người lần đầu giao dịch vay vốn. Việc người vay tiền biết tiết kiệm và tích lũy tài sản là một bằng chứng cho thấy người đó đáng tin cậy về tiền bạc. Sau một thời gian hợp tác uy tín, ngân hàng sẽ chỉ yêu cầu tài sản thế chấp gấp đôi số tiền muốn vay.

Khi bạn bắt đầu tích lũy tiền thì cơ hội kiếm tiền sẽ đến với bạn nhiều hơn. Những nhà triệu phú đi lên từ hai bàn tay trắng thường dành từ hai mươi đến ba mươi giờ mỗi tháng để suy nghĩ

và nghiên cứu vấn đề tài chính của mình. Họ cẩn thận lập kế hoạch và sắp xếp các tài khoản. Họ cân nhắc mọi khoản chi phí trước khi đầu tư. Và kết quả là họ đưa ra những quyết định tài chính tốt hơn so với những người ít khi suy nghĩ và hay quyết định nóng vội.

58

QUY LUẬT TĂNG TỐC

Bạn càng tiến nhanh đến mục tiêu trở nên độc lập về tài chính, mục tiêu đó cũng sẽ càng tiến nhanh về phía bạn.

Thông thường, phải mất một thời gian dài bạn mới nhận thấy sự thay đổi về tình hình tài chính của mình. Những thói quen cũ rất khó bỏ. Thay đổi cuộc sống tài chính của bạn cũng giống như đổi hướng một con tàu lớn vượt đại dương. Bạn chỉ có thể thay đổi từng bước. Tuy nhiên, khi mọi thay đổi được đặt vào đúng vị trí, chúng sẽ giúp bạn tăng tốc và nhanh chóng tiến tới các mục tiêu của mình.

Hệ quả thứ nhất: Thành công sẽ nối tiếp thành công.

Hầu hết những người thành công về tài chính ngày nay đều phải nỗ lực lao động vô cùng vất vả mới tìm được cơ hội thực sự của mình. Nhưng sau đó, cơ hội đến với họ ngày càng nhiều hơn. Thành công luôn nối tiếp thành công. Vấn đề quan trọng là cần phải cân nhắc và chọn lựa những cơ hội này.

Hệ quả thứ hai: 80% thành công sẽ đến từ 20% thời gian đầu tư.

Đây là một khám phá khá đặc biệt. Bạn hãy nghĩ xem! Với 80% thời gian và tiền bạc ban đầu mà bạn đầu tư vào một doanh nghiệp, một nghề nghiệp, hoặc một dự án, bạn sẽ chỉ đạt được mức thành công khoảng 20%. Mức thành công 80% còn lại bạn sẽ đạt được với 20% thời gian và tiền bạc đầu tư cuối cùng.

Peter Lynch, cựu giám đốc của Quỹ Tương hỗ Magellan – một trong những quỹ tương hỗ thành công nhất trong lịch sử, nói rằng những thương vụ đầu tư tốt nhất mà ông đã từng thực hiện là những thương vụ phải mất thời gian rất dài mới đơm hoa kết trái. Ông thường tìm mua cổ phiếu không tăng giá trong nhiều năm liền của các công ty. Sau một thời gian kinh doanh chững lại, những công ty này phát triển nhanh chóng kéo theo giá cổ phiếu tăng vọt từ 10 đến 20 lần. Chiến lược đầu tư chứng khoán lâu dài này đã giúp ông trở thành một trong những giám đốc thành công

nhất và được trả lương cao nhất ở Mỹ.

Các quy luật đồng tiền trình bày trong chương đã giải thích tầm quan trọng của sự độc lập về tài chính. Dù xuất phát điểm của bạn là gì, bạn đều có thể bắt đầu lập kế hoạch tài chính cho cuộc đời của mình ngay từ hôm nay. Điều quan trọng là bạn phải trả lời được câu hỏi: "Bạn cần nguồn tài chính ở mức độ nào?". Khi ấy, bạn mới có thể định hướng hành động của mình theo mục tiêu đã được xác định. Hãy nhớ rằng bạn luôn được tự do lựa chọn. Bạn là người duy nhất chịu trách nhiệm về quyết định của mình. Tất cả đều phụ thuộc vào bạn. Nếu bạn đủ kiên trì và tin tưởng vào sức mạnh của những quy luật này, không gì có thể ngăn cản bạn có được nhiều thành công lớn về tài chính.

Phần 6
CÁC QUY LUẬT BÁN HÀNG

Cuộc sống của chúng ta phụ thuộc nhiều vào quy luật "mua bán". Các bậc cha mẹ không ngừng "bán" giá trị, thái độ và cách cư xử cho con cái để chúng lớn lên trong sự ảnh hưởng trực tiếp của những thứ đã "mua" được từ cha mẹ. Thầy cô giáo luôn muốn "bán" những kiến thức, nền tảng học vấn tích lũy cho các thế hệ học sinh để chúng làm hành trang bước chân vào đời. Những người làm công tác quản lý, lãnh đạo "bán" kinh nghiệm kinh doanh, tầm nhìn tương lai, khả năng phân tích thời cuộc để đem lại doanh thu khổng lồ hay chiếm lĩnh thị trường rộng lớn. Còn bản thân chúng ta "bán" sức lao động, ý tưởng, nỗ lực làm việc để được trả công bằng giá trị vật chất như lương thưởng hoặc giá trị tinh thần như sự thăng tiến trong nghề nghiệp... Hầu như mọi mối quan hệ ít nhiều đều phản ánh quy luật "mua bán" này. Thông thường, bạn được trả lương dựa trên khả năng "bán" chất lượng công việc của mình cho những người có vai trò quan trọng nhất trong việc quyết định sự thành công của bạn. Những người biết tiếp thị hình ảnh chính mình một cách hiệu quả sẽ thăng tiến trong sự nghiệp nhanh hơn những người khác. Tất cả đều phụ thuộc khả năng "bán hàng". Nếu bạn không thể tác động và thuyết phục người khác theo quan điểm của mình, hay nói cách khác, nếu bạn không thể trình bày ý tưởng hay tiếp thị bản thân một cách hiệu quả, cơ hội thành công đến với bạn sẽ không nhiều.

Trong nền kinh tế hiện nay, không phải ai cũng có thể trở thành người bán hàng giỏi. Chính vì vậy, những người bán hàng xuất sắc luôn được chào đón, được trả lương cao nhất, hưởng phúc lợi nhiều nhất và được đảm bảo nhất so với tất cả mọi nghề nghiệp. Nói một cách cụ thể về nghề bán hàng, theo nguyên tắc Pareto[1] còn gọi là nguyên tắc 80/20, đó là 20% những người bán hàng xuất sắc bán được 80% lượng sản phẩm và thu được 80% doanh

thu. Nghiên cứu cho thấy 10% những người bán hàng giỏi nhất mở 80% các tài khoản mới và là những người được trả lương cao nhất trong giới kinh doanh. Nếu đang làm việc trong lĩnh vực bán hàng, bạn hãy cố gắng vượt qua bất cứ giới hạn nào gặp phải để gia nhập vào đội ngũ 10% nhân viên giỏi nhất. Khi ấy, tương lai của bạn chắc chắn sẽ được đảm bảo.

(1) "Nguyên tắc Pareto" được đặt theo tên nhà kinh tế học người Italia, Vilfredo Pareto (1848-1923). Năm 1906, Pareto quan sát thấy 20% dân số Italia nắm giữ 80% tài sản của nước này. Sau đó, ông cũng nhận thấy rằng 20% số cây đậu phụng trong vườn nhà ông đóng góp tới 80% lượng đậu ông thu hoạch mỗi năm. Hai sự kiện này khiến ông suy nghĩ và cho rằng đây không phải là sự trùng lặp ngẫu nhiên mà gần như là một nguyên tắc và ông đã áp dụng nguyên tắc 80-20 này vào rất nhiều lĩnh vực và thấy nhiều kết quả tương đồng.

Việc bán hàng bao gồm ba yếu tố chính. Yếu tố thứ nhất là sản phẩm và dịch vụ. Yếu tố thứ hai là người bán hàng và yếu tố thứ ba là khách hàng. Cả ba yếu tố này phải tương thích, hòa hợp mới có thể xây dựng được một giao dịch mua bán thành công. Bạn không thể bán một sản phẩm hay dịch vụ nếu bạn không tin tưởng hoặc không đặt hết tâm trí vào đó. Điểm xuất phát của sự thành công trong bán hàng là đảm bảo ba yếu tố này được đặt đúng chỗ. Chương này sẽ trình bày những quy luật bán hàng giải thích mọi sự thành công cũng như những thất bại trong công tác bán hàng. Khi bạn học hỏi và áp dụng những quy luật này vào hoạt động bán hàng, kết quả thu được sẽ làm bạn ngạc nhiên và bạn sẽ dần gia nhập nhóm những người bán hàng xuất sắc nhất.

59

QUY LUẬT BÁN HÀNG

Sẽ không có điều gì xảy ra nếu không có hoạt động bán hàng.

Nền kinh tế của một quốc gia, khu vực phụ thuộc rất nhiều vào hoạt động bán hàng. Nếu việc bán hàng thuận buồm xuôi gió, luôn trên đà phát triển thì nền kinh tế sẽ trở nên vững mạnh và phồn vinh. Ngược lại, khi việc bán hàng trì trệ, tụt dốc thì nền kinh tế sẽ phải gánh chịu nhiều thiệt hại, ảnh hưởng tiêu cực đến cơ hội và viễn cảnh tương lai. Thật vậy, chính hoạt động bán hàng đã khởi phát toàn bộ quy trình sản xuất của các doanh nghiệp và nhà máy, tạo công việc và trả lương bổng để ổn định cuộc sống cho mọi người, đóng thuế cho nhà nước đồng thời quyết định phần lớn định hướng của xã hội.

Hệ quả thứ nhất: Khách hàng chỉ mua sản phẩm và dịch vụ từ những người biết cách bán chúng.

Trong một thị trường cạnh tranh và đa dạng, yếu tố quan trọng quyết định sự tồn tại và thành công của bất kỳ doanh nghiệp nào không phải là chất lượng sản phẩm hay dịch vụ tốt mà là khả năng bán hàng – khả năng tiếp cận và thuyết phục khách hàng mua sản phẩm hay dịch vụ của bạn.

Hệ quả thứ hai: Khách hàng cần phải được thuyết phục để mua sản phẩm.

Bất cứ khách hàng nào cũng có sự lưỡng lự, cân nhắc trước khi mua hàng. Chính vì vậy, cho dù chất lượng sản phẩm của bạn tốt đến mức độ nào hay bất kể khách hàng yêu quý bạn ra sao, bạn vẫn không nên chủ quan mà hãy tìm cách xử lý hiệu quả sự lưỡng lự này. Nhiệm vụ của một người bán hàng chuyên nghiệp là giúp khách hàng vượt qua khoảnh khắc khó khăn đó để đi đến quyết định mua hàng cuối cùng. Đây chính là yếu tố vô cùng quan trọng đối với toàn bộ quy trình bán hàng.

Hệ quả thứ ba: 80% quyết định cuối cùng của một thương vụ bán hàng sẽ được đưa ra sau năm lần nỗ lực gặp mặt hay tiếp xúc khách hàng.

Đối với những thương vụ bán hàng phức tạp, liên quan đến nhiều người ra quyết định và cần nhiều thời gian để thảo luận, khách hàng thường đưa ra quyết định mua hàng cuối cùng sau năm lần tiếp xúc. Còn những thương vụ bán hàng đơn giản sẽ kết thúc sau lần thứ năm người bán hàng mời chào khách hàng. Vì thế, người bán hàng cần lập kế hoạch trước cho phần kết thúc trong cuộc đàm thoại bán hàng và chuẩn bị sẵn sàng để mời khách mua hàng theo nhiều cách khác nhau, tùy theo tính chất của giao dịch.

Hệ quả thứ tư : Với những thương vụ bán hàng phức tạp, 50% người bán hàng bỏ cuộc sau lần thảo luận đầu tiên. Còn với những thương vụ bán hàng đơn giản, 50% người bán hàng thất bại trong lần đầu mời chào khách hàng.

Có lần, một trong những khách hàng lớn của tôi đã nhờ các chuyên gia tư vấn quan sát cách nhân viên bán hàng của mình làm việc với khách hàng bên ngoài. Các chuyên gia nhận thấy rằng mỗi lần tiếp xúc khách hàng, phần lớn nhân viên bán hàng – vốn được đào tạo chuyên nghiệp – đều chào mời khách hàng mua hàng trung bình bốn lần. Doanh số hiện tại của nhóm nhân viên

này không cao. Các chuyên gia đã hướng dẫn cho nhân viên bán hàng cố gắng mời chào khách hàng thêm một lần nữa để đạt mức tối thiểu năm lần trong mỗi cuộc đàm thoại bán hàng. Kết quả thật ngạc nhiên. Tổng doanh số của cả nhóm tăng gấp đôi trong vòng ba mươi ngày tiếp theo.

Đôi khi chỉ cần bạn đặt thêm một câu hỏi hay gợi mở một vấn đề là cuộc bán hàng sẽ đi đến thành công. Chỉ cần thêm một lần bạn yêu cầu khách hàng đưa ra ý kiến hoặc lời hứa hẹn nào đó, khách hàng sẽ tiến thêm một bước đến gần hơn với quyết định cuối cùng. Tuy nhiên, không phải người bán hàng nào cũng đủ kiên nhẫn. Rất nhiều người đã bỏ cuộc khi sắp đến đích chỉ vì họ cho rằng đó là những khách hàng không có tiềm năng.

Hệ quả thứ năm: Khi biết đưa ra yêu cầu, bạn sẽ nhận được những gì mình mong muốn.

Không có phép màu nào có thể giúp bạn ngay lập tức trở thành một người bán hàng thành công. Bí quyết của những người bán hàng giỏi là thường xuyên gặp gỡ khách hàng và trao đổi về sản phẩm hay dịch vụ mà bạn cung cấp. Nếu muốn gia nhập đội ngũ những chuyên gia bán hàng giỏi, bạn phải tăng tần số liên hệ cũng như tăng cường độ thuyết phục khách hàng.

Một công ty lớn ở California đã sẵn sàng trả hàng ngàn đô la để mời một hãng tư vấn tìm hiểu xem tại sao công việc bán hàng của họ lại suy giảm. Khi phân tích các hoạt động bán hàng của đội ngũ nhân viên, các nhà tư vấn nhận thấy một nhân viên bán hàng trung bình mỗi tuần chỉ thực hiện bốn cuộc tiếp xúc khách hàng.

Sau một thời gian, tình hình vẫn chưa có gì biến chuyển nên các chuyên gia tư vấn đề nghị công ty thiết lập ngay một hệ thống quản lý liên lạc và yêu cầu mỗi nhân viên kinh doanh phải trực tiếp gặp ít nhất hai khách hàng tiềm năng mỗi ngày, mười khách hàng tiềm năng mỗi tuần. Sau một tháng áp dụng hệ thống mới, doanh số bán hàng của toàn công ty tăng vọt lên 50% và tiếp tục tăng lên sau đó. Ví dụ này một lần nữa chứng minh rằng không có mức đào tạo hay kỹ năng nào có thể thay thế được sự cần thiết của việc tiếp xúc khách hàng tiềm năng trực tiếp.

60

QUY LUẬT QUYẾT ĐỊNH

Bạn lên cao bao nhiêu phụ thuộc chủ yếu vào việc bạn muốn trèo cao đến mức nào.

Khả năng bạn tiến xa trong lĩnh vực chuyên môn cũng như mức thu nhập của bạn được quyết định chủ yếu bởi các yếu tố nội bộ, tức những gì thuộc về bản thân bạn, điển hình là niềm đam mê, khao khát và tham vọng cá nhân. Hầu như không có giới hạn nào quy định mức độ thăng tiến trong công việc bán hàng của bạn. Đây là một lĩnh vực luôn rộng mở đối với mọi người. Bạn là người duy nhất quyết định mục tiêu và hành động của mình.

Hệ quả thứ nhất: Bạn cần phải cam kết trở thành người xuất sắc nhất trong lĩnh vực bán hàng.

Việc cam kết đạt đến chuẩn mực xuất sắc trong lĩnh vực bán hàng, hơn bất kỳ lý do nào khác, sẽ đảm bảo cho bạn những thành công lớn. Cam kết này sẽ đưa bạn tiến lên phía trước, thúc đẩy và khơi nguồn cảm hứng đồng thời tạo động lực giúp bạn tự tin đối diện với sự nản lòng và thất vọng. Những người bán hàng xuất sắc là những người biết đưa ra quyết định chắc chắn nhằm đạt hiệu quả tối ưu trong bất cứ việc gì mình đang làm.

Hệ quả thứ hai: Để đạt được mục tiêu bán hàng lớn, trước hết bạn phải xác định cụ thể mục tiêu đó.

Điểm xuất phát để đạt được thành công lớn trong việc bán hàng là quyết định mức doanh số trong một năm và số sản phẩm bạn cần phải bán được để đạt định mức doanh số đó. Bạn hãy phân bổ các mục tiêu doanh thu bán hàng và thu nhập hàng năm thành các mục tiêu hàng tháng, hàng tuần, thậm chí hàng ngày. Chia mục tiêu thu nhập hàng năm cho 250, con số tượng trưng cho số ngày làm việc trung bình trong năm, để xác định xem một ngày bạn cần kiếm bao nhiêu tiền. Sau đó chia số tiền này cho tám giờ để xác định xem mỗi giờ bạn được bao nhiêu. Sau khi đã xác định được số tiền kiếm được mỗi giờ, từ thời điểm đó trở đi, bạn chỉ làm những việc sẽ mang đến cho bạn số tiền đó.

Ví dụ, nếu bạn muốn có 50.000 đô la một năm, chia số tiền đó cho 250 thì bạn sẽ được 200 đô la một ngày. Tiếp tục chia 200 cho 8 giờ, bạn sẽ có 25 đô la mỗi giờ. Đây là số tiền mỗi giờ mà bạn phải kiếm được trong liên tục một năm để đạt được mục tiêu 50.000 đô la. Tiếp đó, bạn hãy kiên quyết từ chối thực hiện bất cứ điều gì ảnh hưởng đến việc kiếm đủ 25 đô la mỗi giờ. Đừng làm những việc lãng phí thời gian như rửa xe, tự photo tài liệu, hoặc tán gẫu với bạn bè... Bạn hãy nghiêm khắc với bản thân, luyện tập tinh thần kỷ luật tự giác mọi lúc mọi nơi. Luôn cân nhắc khi sử dụng thời gian làm việc để chỉ làm những việc đảm bảo mang đến cho bạn số tiền mà bạn mong muốn có được trong một giờ.

Hệ quả thứ ba: "Bạn không thể cất cánh cùng đại bàng nếu vẫn tiếp tục quanh quẩn với đàn gà".

Đây là nhận định của diễn giả nổi tiếng Zig Ziglar. Ông cho rằng để trở thành một trong những người xuất sắc nhất trong lĩnh vực của mình, bạn phải kết giao với những người giỏi nhất trong lĩnh vực đó. Cố gắng tránh 80% những người bán hàng hạng trung bình, không có mục tiêu tiến xa trong sự nghiệp. "Ngưu tầm ngưu, mã tầm mã", nếu bạn kết giao với những người tiêu cực, bạn có xu hướng trở nên giống họ. Phần lớn những người bán hàng giỏi thường "đơn độc" để giữ bản thân luôn trong trạng thái tích cực, năng động và tập trung vào công việc. Đây cũng chính là một nguyên tắc nghề nghiệp mà bạn nên học hỏi để áp dụng cho bản thân mình trong vai trò là người bán hàng.

61

QUY LUẬT NHU CẦU

Mỗi quyết định mua hàng là một nỗ lực nhằm thỏa mãn một nhu cầu hay giải tỏa sự bất mãn nào đó.

Mọi quyết định mua hàng của khách hàng đều nhằm mục đích giải quyết vấn đề hoặc đạt được một mục tiêu nào đó. Một trong những nhiệm vụ quan trọng của người bán hàng hiệu quả là đặt bản thân vào vị trí của khách hàng tiềm năng và nhìn nhận sản phẩm hay dịch vụ cung cấp theo quan điểm của khách hàng. Điều này sẽ giúp bạn quyết định cách thức chào mời hay tiếp cận khách hàng hiệu quả và thuyết phục hơn.

Hệ quả thứ nhất: Trước khi bán bất cứ sản phẩm hay dịch vụ nào, người bán hàng phải hiểu rõ những nhu cầu cần đáp ứng của khách hàng.

Những người bán hàng xuất sắc thường rất tinh tế và nhạy bén trong việc đặt những câu hỏi khơi gợi vấn đề và sẵn sàng lắng nghe mọi câu trả lời của khách hàng. Điều này giúp họ nhanh chóng nắm bắt những nhu cầu thật sự quan trọng và cấp thiết của khách hàng và tìm cách tập trung vào việc cung cấp sản phẩm, dịch vụ đáp ứng những nhu cầu đó.

Hệ quả thứ hai: Sự thành công trong công tác bán hàng thể hiện ở việc thỏa mãn các nhu cầu hiện tại chứ không phải tạo ra các nhu cầu mới.

Nhiệm vụ của bạn trong vai trò người bán hàng là khám phá và

đáp ứng những nhu cầu trong hiện tại của khách hàng. Bạn không nên hướng đến những nhu cầu mà có khả năng khách hàng sẽ cần đến trong tương lai. Bạn chỉ cần biết khách hàng hiện đang cần gì hay muốn mua những gì? Làm thế nào bạn có thể trình bày sản phẩm hoặc dịch vụ của mình trên cơ sở đó? Hãy xác định thực chất vấn đề và đưa ra giải pháp hiệu quả hơn những người bán hàng khác. Có như vậy bạn mới chiến thắng trong cuộc cạnh tranh thu hút khách hàng.

Hệ quả thứ ba: Nhu cầu càng đơn giản thì việc trình bày bán hàng càng đơn giản và ngược lại.

Bạn có thể hiểu rõ hệ quả này theo ví dụ minh họa sau: Sản phẩm bạn đang cung cấp cho khách hàng là khoai tây và bạn có thể bán sản phẩm của mình chỉ theo kích cỡ và trọng lượng. Yếu tố mà bạn có thể sử dụng để lôi cuốn khách hàng chính là sự ngon miệng và hấp dẫn. Cơ sở để so sánh sản phẩm của bạn với các loại thực phẩm khác thật đơn giản và dễ hiểu.

Trong khi đó, nếu bạn đang bán sản phẩm nước hoa dành cho phụ nữ, các phương pháp tiếp cận, quảng cáo và bán hàng của bạn phải gián tiếp và kín đáo hơn. Nước hoa là mặt hàng nhạy cảm, được sử dụng một cách tinh tế và chỉ được mua khi người bán hàng có thể tạo ra sự lôi cuốn theo cách sản phẩm này có thể kết nối với những nhu cầu sâu thẳm bên trong của khách hàng, phục vụ cho việc làm đẹp và cải thiện những nét đặc trưng của bản thân.

Hệ quả thứ tư: Những nhu cầu rõ ràng thường không phải là nhu cầu đích thực dẫn đến quyết định mua hàng.

Đừng chủ quan cho rằng bạn biết rõ nhu cầu thực sự của khách hàng chỉ sau vài lần tiếp xúc. Bản thân khách hàng là một thế giới đa dạng, chính vì vậy nhu cầu khiến khách hàng này mua hàng có thể không giống với khách hàng khác. Nếu bạn không xác định chính xác nhu cầu khách hàng, thì dù sản phẩm và dịch vụ của bạn có tốt đến mức độ nào, bạn cũng sẽ không bán được hàng. Người bán hàng giỏi nhất là người nhạy cảm và quan tâm đến khách hàng nhiều nhất. Họ sẽ không cố bán hàng cho đến khi nào hiểu rõ hoàn toàn về những gì khách hàng thực sự quan tâm.

QUY LUẬT VẤN ĐỀ NAN GIẢI

Mọi sản phẩm hay dịch vụ đều được xem là giải pháp cho một vấn đề

hay lời giải đáp cho một điều chưa chắc chắn.

Về cơ bản, bạn cũng là một người bán hàng và hoạt động tương tự như một chuyên gia giải quyết vấn đề. Bạn tìm gặp những đối tác đang gặp các vấn đề, đang cần những nhu cầu cụ thể mà sản phẩm hay dịch vụ của bạn có thể đáp ứng. Càng hiểu chính xác về những vấn đề quan trọng nhất mà sản phẩm hay dịch vụ của bạn có thể giải quyết, bạn càng dễ dàng tìm kiếm và tiếp cận thành công nhiều khách hàng tiềm năng hơn.

Hệ quả thứ nhất: Khách hàng mua giải pháp chứ không mua sản phẩm hay dịch vụ.

Khách hàng không quan tâm đến bạn hay những gì mà bạn bán, họ chỉ quan tâm đến bản thân họ và các vấn đề của họ. Và khách hàng sẽ tìm đến bạn khi họ tin tưởng rằng bạn hoặc sản phẩm, dịch vụ của bạn đủ khả năng giúp họ giải quyết vấn đề. Chẳng hạn, một doanh nhân thường chỉ quan tâm đến việc làm cách nào để nâng cao doanh số hay sản lượng, giảm chi phí và tăng lợi nhuận, mà không để ý đến việc bạn đang bán những chiếc máy tính hiện đại hay những dụng cụ thể thao tân tiến nhất. Nói cách khác, họ quan tâm đến các vấn đề và nhu cầu của mình và một giải pháp khả thi cho vấn đề đó, chứ không phải sản phẩm hay dịch vụ hoặc mong muốn bán được hàng của bạn. Khi bắt đầu nhận thức bản thân mình như một chuyên gia giải quyết vấn đề hơn là một người bán hàng đơn thuần, doanh số bán của bạn sẽ tăng lên đáng kể.

Hệ quả thứ hai: Vấn đề hay nhu cầu của khách hàng càng cấp bách, thì khách hàng càng ít nhạy cảm về giá và việc bán hàng càng dễ dàng.

Nếu khách hàng tiềm năng có nhu cầu hay mong muốn mãnh liệt về những gì bạn đang chào bán, họ sẽ không quan tâm nhiều về giá cả. Khi khách hàng cảm thấy mình sẽ được hưởng lợi rõ ràng từ việc mua sản phẩm hay dịch vụ của bạn, thì mong muốn sở hữu sản phẩm ấy sẽ lấn át sự quan tâm về giá cả. Nhiệm vụ của bạn khi giao tiếp bán hàng là làm cho khách hàng tăng mức độ khao khát được sở hữu những tiện ích và sự thích thú từ việc mua sản phẩm hay dịch vụ của bạn đến mức giá cả không còn là một trở ngại.

Những người bán hàng xuất sắc là những người biết hướng khách hàng tập trung vào những giá trị của sản phẩm hay dịch vụ có thể đáp ứng nhu cầu của khách hàng theo cách tốt nhất. Điều này

cũng có tác dụng giảm thiểu phản đối của khách hàng về giá cả.

63

QUY LUẬT THUYẾT PHỤC

Mục đích của việc bán hàng là thuyết phục khách hàng rằng họ sẽ được lợi khi bỏ tiền ra mua sản phẩm.

Mục đích của việc trình bày bán hàng là thu hút khách hàng tham gia vào giao dịch mua bán. Bạn đang thuyết phục khách hàng rằng nếu họ bỏ ra một khoản tiền, họ sẽ nhận được một sản phẩm hay dịch vụ có giá trị lớn hơn số tiền đó đồng thời lớn hơn bất cứ thứ gì khác mà họ có thể mua với cùng số tiền đó và tại cùng thời điểm.

Ở đây, bạn hãy lưu ý đến quy luật Thay thế Loại trừ: Mọi sự lựa chọn đều ngụ ý một sự loại trừ. Việc khách hàng đưa cho bạn một phần tiền có giới hạn của họ đồng nghĩa với việc họ chấp nhận từ bỏ những giao dịch mua bán khác cũng như những cơ hội được đáp ứng nhu cầu với cùng số tiền đó và vào cùng thời điểm đó. Để làm được điều này, bạn cần phải có kỹ năng thuyết phục thật xuất sắc và ấn tượng.

Hệ quả thứ nhất: Khách hàng luôn hướng đến việc thỏa mãn tối đa các nhu cầu chưa được đáp ứng của họ theo cách tối ưu với giá thấp nhất có thể.

Bạn cần phải chứng minh cho khách hàng thấy rằng nhu cầu của họ sẽ được đáp ứng nhanh chóng và tốt hơn nếu họ mua sản phẩm hay dịch vụ của bạn thay vì của đối thủ cạnh tranh.

Hệ quả thứ hai: Bạn sẽ xây dựng được lòng tin nơi khách hàng tiềm năng đồng thời tăng doanh số bán hàng khi chứng minh được rằng sản phẩm của bạn đã được rất nhiều người sử dụng.

Để tiến gần hơn đến việc bán hàng thành công, bạn cần phải đưa ra những thông tin, dữ liệu chứng minh cho khách hàng tiềm năng thấy rằng họ không phải là người đầu tiên sử dụng sản phẩm mà đã có rất nhiều người hài lòng khi chọn lựa sản phẩm này. Một trong những kỹ năng thuyết phục tối ưu nhất hiện nay là "bằng chứng xã hội". Hầu hết mọi người đều bị ảnh hưởng bởi những gì người khác đã làm hay đang làm. Mọi người không ngần ngại bỏ tiền ra mua một sản phẩm hay dịch vụ khi biết rằng những người khác đã từng mua và rất hài lòng về sản phẩm hay dịch vụ ấy.

Hệ quả thứ ba: Sự chứng nhận dưới bất kỳ hình thức nào sẽ giúp bạn thuyết phục khách hàng tiềm năng dễ dàng hơn đồng thời giảm bớt các phản đối của họ về giá cả của sản phẩm hay dịch vụ.

Các hình thức chứng nhận có thể khiến công việc bán hàng của bạn trở nên dễ dàng hơn. Bạn sẽ thấy rằng hầu như tất cả những người bán hàng xuất sắc đều sử dụng các hình thức chứng nhận làm tăng giá trị cho sản phẩm hay dịch vụ được chào bán và có liên quan đến lĩnh vực kinh doanh của khách hàng mà họ tiếp cận. Thư cảm ơn, thư xác nhận, hình ảnh hoặc danh sách các khách hàng đã sử dụng và hài lòng về sản phẩm hay dịch vụ của bạn là những yếu tố có sức mạnh thuyết phục người mua hiệu quả nhất. Hãy tìm cách để có được công cụ hỗ trợ bán hàng hữu ích này từ mọi nguồn và theo mọi cách có thể.

64

QUY LUẬT AN TOÀN

Khát vọng sâu sắc nhất trong thâm tâm con người là sự khao khát được bảo đảm về tình cảm, tài chính và cá nhân.

Quy luật này giải thích một trong những động lực có sức mạnh lớn nhất khiến khách hàng mua nhiều sản phẩm và dịch vụ. Việc tập trung vào nhu cầu an toàn nào đó có thể đủ sức thuyết phục để xua tan những lo ngại về giá cả, thời gian hay sự bất tiện.

Hệ quả thứ nhất: Bản năng tồn tại là động lực thúc đẩy lớn nhất đối với hành vi ứng xử của con người.

Tất cả mọi người đều có những động cơ mạnh mẽ để đưa ra các quyết định đảm bảo sự tồn tại và thịnh vượng không chỉ cho chính bản thân mà còn cho những người thân. Chỉ cần bạn trình bày sản phẩm hay dịch vụ của mình theo cách giúp khách hàng thấy được khả năng cải thiện cuộc sống của họ hay của thành viên trong gia đình họ, bạn có thể thu hút cảm tình của người mua.

Hệ quả thứ hai: Nhu cầu an toàn là một động lực mạnh mẽ đối với hành vi của con người.

An toàn là một nhu cầu tuy không cấp thiết bằng nhu cầu tồn tại nhưng rất gần gũi với chúng ta. Đôi khi, nhu cầu này thu hút sự quan tâm của chúng ta nhiều hơn hẳn các nhu cầu khác như nhu cầu được thoải mái, xinh đẹp hay bất kỳ nhu cầu tận hưởng nào khác. Để đáp ứng nhu cầu an toàn, các ngành công nghiệp sản

xuất hệ thống an ninh, an toàn, khóa và hệ thống báo động đã ra đời và ngày càng cải tiến.

Hệ quả thứ ba: Nhu cầu cải thiện khả năng đảm bảo an toàn là nền tảng chủ yếu của đa số hành vi khách hàng.

Vì tính an toàn là yếu tố rất quan trọng đối với sự phát triển của cảm xúc và tinh thần nên khách hàng luôn tìm cách nâng cao mức độ an toàn của mình đồng thời giảm thiểu mức độ rủi ro.

Ví dụ, việc một công ty đã hoạt động lâu năm sẽ đảm bảo với khách hàng rằng làm ăn với công ty này an toàn hơn là với một công ty non trẻ khác. Bản thành tích kinh nghiệm hoạt động dưới bất kỳ hình thức nào cũng sẽ làm tăng cảm giác an toàn và chắc chắn trong tâm thức của khách hàng. Khi bán hàng, bạn nên nói với khách hàng của mình về khoảng thời gian bạn đã làm việc trong ngành kinh doanh cung cấp sản phẩm hay dịch vụ này. Loại thông tin này rất có sức thuyết phục đối với một người mua tiềm năng. Yếu tố này giúp bạn trở thành sự lựa chọn an toàn hơn khi khách hàng có nhu cầu mua những gì bạn đang bán.

65

QUY LUẬT RỦI RO

Rủi ro là yếu tố hiển nhiên trong mọi thương vụ đầu tư liên quan đến thời gian, tiền bạc hay tình cảm.

Rủi ro là một thực tế không thể tránh khỏi của cuộc sống. Tất cả mọi người luôn tìm mọi cách có thể để giảm thiểu rủi ro. Và ngành bảo hiểm ra đời là để đáp ứng nhu cầu này. Bảo hiểm chỉ đơn giản là một hình thức khắc phục rủi ro bằng cách thu tiền của rất nhiều người để bù đắp thiệt hại cho một số ít người gặp phải rủi ro trong số những người đóng tiền đó. Với mọi quyết định mua hàng, khách hàng luôn tìm cách có thể để giảm rủi ro và sự bất an khi mua bất cứ thứ gì, từ bất kỳ ai.

Hệ quả thứ nhất: Mức độ thành công trong việc bán hàng của bạn tương ứng với khả năng mà bạn có thể định vị bản thân là nhà cung cấp sản phẩm và dịch vụ có ít rủi ro nhất.

Đây là một trong những khái niệm quan trọng nhất trong công tác bán hàng và là ý tưởng bạn cần thiết lập trong mọi nỗ lực bán hàng của mình. Một khi khách hàng đã quyết định rằng họ muốn mua sản phẩm hay dịch vụ mà bạn chào bán, điều đó không có nghĩa là bạn đã thành công trong thương vụ đó. Bạn phải thuyết

phục họ rằng trong tất cả các nhà cung cấp sản phẩm và dịch vụ tương tự như của bạn, khách hàng sẽ được hưởng mức độ an toàn cao nhất và mức độ rủi ro thấp nhất, nếu họ mua hàng của bạn. Một giao dịch bán hàng không đi đến thành công là do khách hàng chưa yên tâm với những cam kết, hứa hẹn của bạn về việc sử dụng, dịch vụ hậu mãi, bảo trì, bảo hành,... mà bạn cung cấp.

Hệ quả thứ hai: Trở ngại chính đối với việc mua hàng là nỗi sợ thất bại, sợ mắc sai lầm khi quyết định mua.

Nỗi sợ thất bại là một trong những trở ngại lớn nhất đối với mọi hành động của con người. Cảm giác sợ mắc sai lầm khi mua hàng thường xuất phát từ những kinh nghiệm trước đây. Có lẽ khách hàng đã từng mua một sản phẩm kém chất lượng hoặc bị mua với giá quá mắc. Cũng có thể khách hàng đã từng mua một sản phẩm mà sau đó bị người khác chỉ trích hay chê bai, hoặc mua phải một sản phẩm bị lỗi không thể phục hồi được...

Những ai từng trải qua những kinh nghiệm không hay trong việc mua hàng đều có lý do để cảnh giác vì sợ lặp lại những sự cố tương tự. Sự sợ hãi này là một trở ngại lớn mà bạn phải vượt qua trước khi chào bán bất cứ thứ gì.

Hệ quả thứ ba: Mọi hành động bạn thể hiện trong buổi tiếp xúc khách hàng sẽ làm tăng hoặc giảm cảm nhận của khách hàng về sự rủi ro hay sợ thất bại.

Việc bạn mời khách hàng mua sản phẩm đồng nghĩa với việc bạn thuyết phục khách hàng đưa ra một quyết định cuối cùng và từ bỏ những giao dịch khác để chỉ hợp tác với riêng bạn. Điều này sẽ trở nên khả thi một khi khách hàng tin tưởng vào sự cam kết của bạn. Mọi lời nói hay hành động của bạn đều quan trọng và góp phần làm tăng hoặc giảm nhận thức của khách hàng về tính rủi ro và không chắc chắn của giao dịch. Trong bất kỳ tình huống bán hàng nào, đặc biệt là trong một thương vụ lớn, không có yếu tố nào mang tính trung hòa. Tất cả đều sẽ giúp bạn có được đơn đặt hàng hoặc sẽ khiến khách hàng rút lui.

Không cho phép bản thân bạn xuôi theo dòng suy nghĩ tự do: "Điều đó chẳng có gì quan trọng cả". Mọi việc đều quan trọng, đều đóng vai trò nhất định. Chúng sẽ góp phần khiến bạn tăng hoặc giảm giá trị, thành công hay thất bại. Trách nhiệm của bạn là đảm bảo rằng mọi việc mình nói hay hành động đều hữu ích xét về một phương diện nào đó, hoặc xóa đi cảm giác nghi ngại về sự rủi ro, hoặc tăng cảm giác an toàn của khách hàng khi mua hàng.

QUY LUẬT NIỀM TIN

Sự tin tưởng giữa người bán và người mua là nền tảng cho việc bán hàng thành công.

Sự tin tưởng là yếu tố quyết định tất cả, đặc biệt đối với những thương vụ lớn và phức tạp. Mức độ tin tưởng giữa bạn và khách hàng càng cao thì sự sợ hãi thất bại hay nhận thức rủi ro của khách hàng càng giảm. Khi ấy, việc bán hàng sẽ diễn ra theo chiều hướng thuận lợi.

Hệ quả thứ nhất: Bạn xây dựng mối quan hệ bán hàng có độ tin cậy cao bằng cách đặt câu hỏi nhằm xác định nhu cầu thực sự của khách hàng mà sản phẩm, dịch vụ của bạn có thể đáp ứng.

Phần lớn các nhân viên bán hàng không nhận ra rằng những câu hỏi nhằm vào cuộc sống hay tình hình cá nhân của khách hàng không phải lúc nào cũng tạo được mức độ tin tưởng cần thiết để bán hàng thành công. Những câu hỏi này chỉ có thể tạo ấn tượng rằng người bán hàng nồng nhiệt và thân thiện nhưng chưa đủ để đảm bảo về chất lượng sản phẩm hay dịch vụ. Chỉ khi bạn đưa ra những câu hỏi sâu sắc, có định hướng để xác định nhu cầu mà mình có thể đáp ứng hoặc khám phá những vấn đề mà bạn có thể giải quyết được thì bạn mới đạt đến trình độ bán hàng chuyên nghiệp. Và chỉ khi bạn đặt những câu hỏi hợp lý giúp khách hàng hiểu rõ tình hình hay vấn đề của họ tốt hơn thì bạn mới xây dựng được lòng tin và sự tín nhiệm từ khách hàng.

Hệ quả thứ hai: Người bán hàng thành công biết dành thời gian lắng nghe nhiều gấp đôi so với thời gian nói.

Những người bán hàng xuất sắc luôn thực hành "quy tắc 70/30": lắng nghe 70% thời gian và nói 30% thời gian còn lại. Ngạn ngữ có câu: "Bạn có hai tai nhưng chỉ có một cái miệng" vì vậy trong một cuộc tiếp xúc khách hàng, hãy cố gắng áp dụng theo quy tắc 70/30 này. Những người bán hàng giỏi nhất là những người biết cách lắng nghe. Họ khá thoải mái khi đặt ra nhiều câu hỏi và kiên nhẫn lắng nghe mọi câu trả lời. Họ luôn tỏ ra thân thiện nhưng ẩn sâu bên trong là tầm suy nghĩ chín chắn và cân nhắc vấn đề chính xác, hiệu quả.

Hệ quả thứ ba: Lắng nghe ngay cả giao dịch bán hàng đã kết thúc.

Nhiều người bán hàng độc thoại liên tục suốt buổi giao dịch khách hàng nhưng họ lại không thật sự lắng nghe bản thân họ. Trong nhiều trường hợp, nếu bạn lắng nghe một cách chăm chú và kiên nhẫn, lắng nghe như thể chẳng có gì quan trọng hơn lời nói của khách hàng vào thời điểm cụ thể đó, bạn sẽ lắng nghe được chính bản thân mình trong những buổi giao dịch khách hàng hơn là bạn tưởng.

Có nhiều trường hợp khách hàng ban đầu không hề quan tâm đến những gì bạn chào mời đã quyết định mua sản phẩm của bạn vì một lý do đơn giản là họ có cảm tình với bạn. Họ cảm thấy rằng bạn biết lắng nghe và dường như cũng quan tâm đến họ cũng như vấn đề của họ.

Hệ quả thứ tư: Lắng nghe sẽ tạo ra sự tin tưởng.

Cách nhanh nhất và hiệu quả nhất để tạo sự tin tưởng giữa các bên chính là việc lắng nghe. Điều này đúng với tất cả các mối quan hệ. Bạn luôn mong muốn người khác chú tâm lắng nghe khi bạn muốn nói hay cần nói điều gì đó quan trọng. Khách hàng cũng vậy. Họ chỉ suy nghĩ duy nhất về bản thân họ với những vấn đề và mối quan tâm riêng và họ cũng chờ đợi người khác mở lòng lắng nghe họ giải bày.

67

QUY LUẬT MỐI QUAN HỆ

Về cơ bản, mọi cuộc bán hàng đều là những mối quan hệ bán hàng.

Khách hàng thật ra không mua sản phẩm hay dịch vụ mà họ "mua" những người đang bán sản phẩm hay dịch vụ đó. Chính vì vậy, bạn cần tiếp thị hình ảnh bản thân như một người dễ mến và đáng tin cậy, sau đó bạn mới bán sản phẩm hay dịch vụ mà bạn đang đại diện.

Nói theo cách đơn giản nhất, thành công trong bán hàng được quyết định bởi khả năng hình thành những mối quan hệ "chất lượng cao" với khách hàng. Việc tiếp thị và bán hàng đã thay đổi đáng kể trong những năm gần đây. Các sản phẩm hay dịch vụ trở nên đa dạng và phức tạp hơn nhiều so với trước đây. Hơn nữa, vì mức độ rủi ro cao kết hợp với nhiều sự lựa chọn sẵn có cho khách hàng, nên mối quan hệ trở thành yếu tố chủ đạo quyết định giao dịch mua bán.

Hệ quả thứ nhất: Khách hàng muốn xây dựng mối quan hệ

trước.

Để giảm thiểu sự rủi ro và không an toàn, khách hàng tìm kiếm điều mà họ có thể trông cậy và tin tưởng, và đó chính là mối quan hệ. Phần lớn những mối quan hệ của chúng ta đều dựa trên trực giác hoặc những phán xét đúng đắn của chính bản thân mỗi người.

Trước khi cân nhắc quyết định cuối cùng về giao dịch mua bán một sản phẩm hay dịch vụ nào đó, khách hàng luôn tìm cách xây dựng mối quan hệ với nhà cung cấp để đảm bảo chắc chắn cam kết giữa hai bên sẽ được thực hiện một cách nghiêm túc sau khi khách hàng đã chuyển giao tiền.

Hệ quả thứ hai: Trong những thương vụ phức tạp, mối quan hệ vẫn được duy trì sau khi kết thúc giao dịch bán hàng.

Trước khi khách hàng mua một sản phẩm hay dịch vụ, họ hoàn toàn độc lập với người bán hàng và nhà cung cấp. Tuy nhiên, một khi khách hàng đã quyết định mua, họ lại phụ thuộc vào sự cam kết của công ty để có thể sử dụng sản phẩm hay dịch vụ với mức độ hài lòng là tối đa.

Vì mối quan hệ như vậy vẫn tiếp tục sau khi bán hàng, và thường kéo dài trong thời gian khách hàng sử dụng sản phẩm hay dịch vụ, nên quyết định mua một sản phẩm hay dịch vụ là quyết định bước vào một mối quan hệ lâu dài với cá nhân và tổ chức đó. Nếu vì bất kỳ lý do gì mà khách hàng không thoải mái với ý tưởng đầu tư vào một mối quan hệ lâu dài như vậy, họ sẽ không mua sản phẩm hay dịch vụ đó ngay từ đầu.

Hệ quả thứ ba: Mối quan hệ quan trọng hơn sản phẩm hay dịch vụ.

Trong thị trường cạnh tranh ngày nay, khách hàng có vô số sự chọn lựa cho bất kỳ sản phẩm hay dịch vụ nào. Cơ sở cho khách hàng lựa chọn thật đa dạng và phong phú thể hiện ở giá cả cạnh tranh, tiện ích sử dụng, dịch vụ bảo hành, hệ thống phân phối,... Nếu tất cả các yếu tố này đều tương đương nhau thì khách hàng sẽ lấy yếu tố tâm lý để tiến hành giao dịch. Nhà cung cấp nào tạo cho khách hàng sự thoải mái, tin tưởng sẽ được khách hàng ưu tiên xây dựng mối quan hệ mua bán.

Vì các mối quan hệ rất quan trọng đối với khách hàng, người bán hàng cần thể hiện cho khách hàng thấy rằng phương châm hoạt động của họ là xây dựng một mối quan hệ lâu dài với khách hàng.

Hãy bày tỏ với khách hàng rằng bạn muốn xây dựng một mối quan hệ "chất lượng cao" trong suốt thời gian họ sử dụng sản phẩm hay dịch vụ của bạn. Đây thường là yếu tố quan trọng nhất để khách hàng đưa ra quyết định.

Những người bán hàng và những công ty thành công nhất chính là những cá nhân, đơn vị thiết lập được nhiều mối quan hệ lâu dài với các khách hàng của mình. Họ tập trung mọi nỗ lực để duy trì chất lượng của những mối quan hệ này qua sự quan tâm, chăm sóc, nhạy cảm, tính tin cậy, khả năng phản ứng nhanh nhạy với những than phiền hay đòi hỏi và có dịch vụ bảo hành, hậu mãi xuất sắc, chu đáo. Đừng quên nói với khách hàng của bạn rằng bạn muốn xây dựng và duy trì một mối quan hệ lâu dài với họ.

68

QUY LUẬT TÌNH BẠN

Khách hàng sẽ chỉ mua hàng của bạn khi họ cảm thấy tin tưởng rằng bạn như một người bạn và đang hành động vì quyền lợi của khách hàng.

Điều này được gọi là "yếu tố tình bạn" trong bán hàng. Có một thực tế không thể phủ nhận là hầu hết các giao dịch kinh doanh thành công đều được xây dựng dựa trên mối quan hệ bạn bè giữa các bên. Người bán hàng xuất sắc là người biết kết bạn và duy trì tình bạn. Với tính cách khá thoải mái, dễ mến và luôn quan tâm đến người khác, họ dễ dàng chiếm được cảm tình của mọi người và nhanh chóng kết giao bạn bè với những người chưa quen biết ở bất cứ nơi nào họ đến. Chính sự quý mến này đã tạo điều kiện thuận lợi cho việc kinh doanh của họ.

Cũng như mọi người, chúng ta có tâm lý chỉ thích hợp tác kinh doanh với những người mà chúng ta yêu quý mà hiếm khi nghĩ đến việc mua hay sử dụng sản phẩm của người không gây cảm tình hay tạo ấn tượng tốt đẹp cho dù đó chính là sản phẩm mà chúng ta mong muốn.

Trong trường hợp mọi yếu tố khác đều cân bằng thì yếu tố chủ đạo quyết định cơ hội thành công trong kinh doanh của bạn sẽ là những mối quan hệ bạn bè.

69

QUY LUẬT ĐỊNH VỊ

Nhận thức của khách hàng về bạn và công ty sẽ dẫn đến quyết định mua hàng.

Thông qua cách khách hàng suy nghĩ, diễn đạt hay mô tả về bạn cho người khác, bạn có thể biết được khách hàng sẽ chấp thuận hay từ chối việc xúc tiến giao dịch mua bán với bạn. Nhận thức của khách hàng chính là yếu tố quan trọng ảnh hưởng đến quyết định cuối cùng. Những sản phẩm hay dịch vụ thành công nhất khi nhận thức của khách hàng về chúng là tích cực nhất.

Khi được định vị phù hợp, sản phẩm hay dịch vụ của bạn sẽ được khách hàng nhìn nhận là sự lựa chọn đầu tiên so với các sản phẩm, dịch vụ cạnh tranh cùng chủng loại. Coca-Cola, Kleenex và Xerox là ba ví dụ điển hình. Đây là ba thương hiệu được khách hàng đánh giá là chuẩn mực cho loại sản phẩm nước ngọt có ga, khăn giấy và máy photocopy. Khi khát nước, bạn chỉ cần nói: "Tôi thèm một lon Coca". Khi bị viêm mũi, bạn nhờ một người nào đó "lấy hộ Kleenex". Nếu bạn cần sao chụp một tài liệu, bạn yêu cầu nhân viên: "Xerox tài liệu này". Vị thế sự nổi trội đã mang đến cho những sản phẩm này lợi thế cạnh tranh trên thị trường, giúp việc bán hàng trở nên dễ dàng hơn, bán được giá cao hơn và thu được nhiều lợi nhuận hơn.

Hệ quả thứ nhất: Mọi yếu tố trực quan như trang phục, sản phẩm, bao bì, in ấn và quảng cáo đều tạo ra một sự cảm nhận nhất định trong tâm trí khách hàng.

Không có yếu tố nào mang tính trung hòa. Mọi thứ đều góp phần vào việc hình thành nhận thức của khách hàng về bạn và công ty bạn. Có thể nhận thức đó là tích cực hay tiêu cực nhưng tất cả đều có vai trò riêng.

Hệ quả thứ hai: Người bán hàng xuất sắc biết cách định vị bản thân như những nhà cung cấp sản phẩm và dịch vụ được ưa chuộng hơn.

Khách hàng thường trả nhiều tiền hơn cho cùng một sản phẩm hay dịch vụ không vì lý do nào khác hơn ngoài bản thân bạn - người đang cung cấp sản phẩm ấy. Chính vì vậy, bạn cần xây dựng hình ảnh bản thân như một đối tác kinh doanh lý tưởng xứng đáng với sự lựa chọn của khách hàng. Vị thế của bạn trong tâm trí khách hàng có thể vững mạnh đến mức không đối thủ cạnh tranh nào có thể chen vào hay thay thế được. Những công ty và những người bán hàng thành đạt nhất là những đơn vị hay cá nhân đã xây dựng được vị thế trên thị trường, để rồi họ được xem là chuẩn

mực để khách hàng so sánh với các đối thủ cạnh tranh khác.

70

QUY LUẬT TRIỂN VỌNG

Cách khách hàng nhìn nhận bạn sẽ quyết định mức thu nhập của bạn.

Danh tiếng, uy tín, cách khách hàng nhìn nhận, suy nghĩ và đánh giá về bạn, quyết định rất lớn đến số lượng sản phẩm bán ra và mức thu nhập của bạn.

Hệ quả thứ nhất: Khi khách hàng xem bạn như thể một người thân thiết của họ, bạn sẽ đứng vào nhóm 10% số người kiếm nhiều tiền nhất trong lĩnh vực kinh doanh của mình.

Khi được phỏng vấn về thói quen mua sắm, hầu hết khách hàng đều trả lời rằng lý do chủ yếu khiến họ lựa chọn người bán là khi họ thấy người bán thực sự quan tâm đến việc đáp ứng những vấn đề, nhu cầu của họ chứ không phải chỉ tìm mọi cách thuyết phục để bán được thật nhiều sản phẩm cho công ty.

Khi khách hàng có thể thoải mái bộc lộ nhu cầu với bạn nghĩa là khách hàng có ấn tượng tốt về bạn, xem bạn như một người thân thiết và tin tưởng vào khả năng giải quyết vấn đề của bạn. Trong tâm trí của khách hàng, bạn là người bán hàng xuất sắc nhất. Vì vậy, bạn cần không ngừng cải thiện bản thân để thật sự trở thành một trong những người bán hàng giỏi nhất.

Một câu hỏi khá hữu ích để bạn liên tục chất vấn bản thân mình là: "Tôi muốn được khách hàng nhìn nhận bản thân như thế nào? Cách đánh giá của khách hàng ảnh hưởng đến tôi ra sao?". Sau khi xác định câu trả lời cụ thể, bạn hãy bảo đảm rằng mọi hành động, cách ứng xử giao tiếp của bạn với từng khách hàng đều tạo được ấn tượng tích cực như bạn mong muốn.

Hệ quả thứ hai: Ngoài nhiệm vụ tìm kiếm khách hàng và cung cấp sản phẩm, người bán hàng còn là người tư vấn, hướng dẫn, giúp đỡ và cố vấn cho khách hàng.

Những người bán hàng xuất sắc thường được khách hàng tin cậy nhờ tư vấn, hướng dẫn cách giải quyết vấn đề hoặc thực hiện các mục tiêu đã đề ra. Khi ấy, khách hàng không còn quan tâm đến giao dịch mua bán mà giữa khách hàng và người bán đã hình thành mối quan hệ hỗ trợ lẫn nhau.

Bạn càng giúp khách hàng hiểu rõ nhu cầu bản thân cũng như chứng minh được những đặc tính của sản phẩm, dịch vụ mà bạn cung cấp có khả năng đáp ứng tối đa nhu cầu đó, khách hàng sẽ tìm đến với bạn nhiều hơn mỗi khi cần mua hàng. Chỉ thực hiện những hành động góp phần hình thành nhận thức tích cực cho khách hàng, rồi bạn sẽ được tưởng thưởng xứng đáng.

71

QUY LUẬT LẬP KẾ HOẠCH TRƯỚC

Những người bán hàng xuất sắc luôn chuẩn bị kỹ lưỡng trước khi gọi điện mời khách mua hàng.

Quy luật này đóng vai trò quan trọng trong việc bán hàng thành công. Người bán hàng xuất sắc thể hiện tính chuyên nghiệp của mình qua công tác chuẩn bị kỹ lưỡng, thu thập nguồn tài liệu tin cậy, nghiên cứu mọi thông tin chi tiết trước khi tiếp xúc với bất kỳ khách hàng nào, cho dù là khách hàng hiện tại hay khách hàng tiềm năng.

Nếu bạn dễ dàng với chính bản thân mình, bạn cũng có thể trở thành một người bán hàng. Nhưng để vươn đến đỉnh cao trong nghề, bạn phải trải qua quá trình phấn đấu và rèn luyện không ngừng. Và tất cả đều bắt đầu bằng việc hoạch định kế hoạch làm việc chi tiết và kỹ càng.

Hệ quả thứ nhất: Người bán hàng càng hiểu sâu sắc về hoàn cảnh thực tế của khách hàng càng có khả năng bán hàng thành công.

Bạn càng dành nhiều thời gian để hiểu cặn kẽ về khách hàng tiềm năng và tình hình hiện tại của họ, bạn càng có nhiều khả năng thành công trong việc thuyết phục khách mua hàng.

Hệ quả thứ hai: Những người bán hàng chuyên nghiệp luôn chuẩn bị trước các câu hỏi mà họ dự định sẽ đặt ra cho khách hàng.

Những câu hỏi thông minh và tập trung vào vấn đề sẽ liên quan trực tiếp đến mức độ thành công của giao dịch bán hàng. Những người bán hàng thành công nhất là những "chuyên gia" đặt câu hỏi. Ben Feldman[1], nhân viên kinh doanh của Công ty New York Life Insurance, là một ví dụ điển hình. Feldman nổi tiếng về việc dành ra hai giờ đồng hồ mỗi đêm để xem và nhẩm lại tài liệu cho buổi gặp mặt khách hàng ngày hôm sau. Trong cuốn sách nổi

tiếng của mình, The Feldman Method, Ben Feldman giải thích rằng thành công lớn của ông chủ yếu là do khả năng đặt những câu hỏi phù hợp và đúng lúc. Ông phát hiện ra rằng một câu hỏi khéo léo có thể thay đổi thái độ khách hàng từ tiêu cực sang tích cực, đôi khi chỉ trong giây lát.

(1) Ben Feldman (1912-1993) – Một trong những nhân viên bán hàng xuất sắc với doanh thu cao nhất của mọi thời đại. Suốt thời gian làm việc cho Công ty New York Life Insurance từ năm 1942 đến 1993, ông đã bán được 1,8 tỷ đô la tiền bảo hiểm. Ngày nay, kỷ lục bán hàng của ông vẫn chưa bị ai phá vỡ với 100 triệu đô la trong một năm và 20 triệu đô la một ngày. Những năm gần cuối sự nghiệp, tổng số tiền huê hồng ông được hưởng hàng năm là 1 triệu đô la.

Trong cuốn sách How to Win Customers, Heinz Goldman chứng minh rằng 95% số nhân viên bán hàng sẽ cải thiện được thành tích bán hàng nếu chỉnh sửa lại ngôn từ trong bài trình bày. Lựa chọn từ ngữ phù hợp trong một câu hỏi hoặc một câu trả lời có thể đem lại hiệu quả rất lớn. Cách duy nhất để bạn đảm bảo rằng mình đang sử dụng cấu trúc câu phù hợp là phải viết ra, luyện tập, sau đó thực hành nhiều lần.

Hệ quả thứ ba: Lợi thế thuộc về người bán hàng biết ghi chú đầy đủ nhất.

Bạn hãy xác định mục tiêu rõ ràng trước khi tiếp xúc khách hàng. Viết cụ thể ra giấy những điều bạn hy vọng đạt được trong buổi gặp này. Sau khi buổi gặp mặt kết thúc, nhanh chóng ghi lại những gì khách hàng đã nói hay những điều khoản đã thỏa thuận ngay khi trí nhớ bạn vẫn còn lưu giữ đầy đủ. Hãy nhớ câu ngạn ngữ của Trung Quốc: "Cho dù mực nhạt nhưng vẫn lâu phai hơn một trí nhớ tốt".

Trước mỗi cuộc tiếp xúc khách hàng, cho dù đó là khách hàng thân thiết, bạn cũng nên dành ít thời gian để lướt qua hồ sơ cũng như những ghi chép của bạn về tình hình chung. Bạn sẽ ngạc nhiên về ấn tượng mà bạn tạo ra khi bạn tiến hành cuộc trò chuyện sau khi đã xem lại hồ sơ của khách hàng vài phút trước đó. Và khách hàng luôn cảm nhận được sự chuẩn bị kỹ lưỡng của bạn.

Người bán hàng xuất sắc luôn chuẩn bị kỹ lưỡng cho cả giai đoạn trước và sau khi bán hàng. Họ không bỏ sót bất cứ điều gì vì đôi khi chính những chi tiết tưởng chừng như rất nhỏ sẽ tạo nên sự khác biệt. Khi dành nhiều thời gian để tìm hiểu về những nhu cầu cụ thể của khách hàng, bạn sẽ tạo được sự tin cậy cao nhất và xây

dựng mối quan hệ bán hàng thành công.

72

QUY LUẬT ĐỘNG CƠ NGƯỢC

Khách hàng muốn được tự do mua hàng chứ không muốn bị nài ép mua hàng.

Không khách hàng nào muốn mình là nạn nhân trong một thương vụ mua bán. Họ muốn được tự do lựa chọn sản phẩm và nhà cung cấp mà họ yêu thích và cảm thấy phù hợp. Khách hàng sẽ không thoải mái khi bị thuyết phục mua hàng đến mức gần như lôi kéo, gây sức ép hay tạo áp lực.

Hệ quả thứ nhất: Người bán hàng xuất sắc là người trợ lý giúp khách hàng đáp ứng những nhu cầu và mong muốn của mình.

Cách cư xử của khách hàng đối với người bán hàng được quyết định chủ yếu bởi chính nhận thức của khách hàng đối với người bán hàng. Bạn cần làm mọi điều có thể để thể hiện rằng bạn đang giúp đỡ khách hàng chứ không phải chỉ là bán hàng cho họ.

Hệ quả thứ hai: Người bán hàng xuất sắc là người thầy hướng dẫn khách hàng biết sản phẩm hay dịch vụ được chào bán sẽ đáp ứng nhu cầu của họ ra sao.

Khi khách hàng đã tin tưởng bạn, họ thường nhìn nhận bạn như một người thầy hay người tư vấn cho vấn đề của họ. Khách hàng chờ đợi sản phẩm hay dịch vụ của bạn đáp ứng được nhu cầu của họ. Nếu bất cứ khi nào khách hàng cảm thấy, dù chỉ trong khoảnh khắc, bạn đang cố bán cho họ để họ phải mua cái gì đó, họ sẽ kháng cự và rút lui ngay lập tức. Yếu tố quan trọng nhất của công việc bán hàng là chất lượng của mối quan hệ giữa bạn và khách hàng của bạn. Hãy tránh bất cứ điều gì có thể làm tổn hại đến mối quan hệ này.

Không có gì là không thể đạt được đối với những người bán hàng biết mình đang làm gì, tin vào những gì mình đang làm và yêu thích những điều ấy. Tương lai của một nhân viên bán hàng sẽ là vô hạn nếu người đó biết cách bán những sản phẩm, dịch vụ phù hợp với đối tượng khách hàng. Để tận dụng tối đa tiềm năng của bạn trong việc bán hàng, để được đứng vào nhóm 10% những người có thu nhập cao nhất trong lĩnh vực kinh doanh, bạn phải tuân theo những quy luật bán hàng được trình bày trong chương này. Việc không áp dụng theo bất kỳ một quy luật nào trong số này có thể phá hỏng những nỗ lực và

làm giảm doanh số bán hàng của bạn. Tất cả mọi thứ đều có vai trò riêng của nó!

Phần 7
CÁC QUY LUẬT THƯƠNG LƯỢNG

Để thành công trong cuộc sống cũng như trong kinh doanh, bạn cần phải có những kỹ năng nhất định. Một trong số đó chính là kỹ năng thương lượng - cách thức để mọi người thỏa thuận và trao đổi những khác biệt. Có thể khẳng định rằng cuộc đời con người luôn là một quá trình thương lượng không ngừng. Khi còn là một đứa trẻ, bạn "thương lượng" sự chú ý của bố mẹ bằng cách khóc thật to để được cho ăn hay được thay tã. Thứ mà bạn sử dụng để "thương lượng" là những cái ôm hôn hay chỉ đơn giản là giấc ngủ ngon hay tỏ ra ngoan ngoãn. Khi bước vào cuộc sống, để tồn tại, bạn buộc phải thương lượng những vấn đề quan trọng hơn như hôn nhân, công việc, sức khỏe, tài chính, gia đình… Mọi mối quan hệ đều tồn tại một hình thức thương lượng nhất định. Trong tình yêu và hôn nhân, bạn và người bạn đời thỏa thuận về giờ giấc sinh hoạt, về sự chia sẻ công việc nhà, về thói quen giải trí,… Trong công việc, bạn và đồng nghiệp phải phân chia nhiệm vụ rõ ràng, bạn phải thương lượng với cấp trên để có được mức thu nhập và quyền lợi như mong muốn… Với gia đình, bố mẹ và con cái phải hiểu rõ những trách nhiệm và nghĩa vụ lẫn nhau,… Còn trong kinh doanh, bạn thương lượng để có được những giao dịch mua bán thuận tiện, đạt được những điều khoản kinh tế dễ chịu, mua được hàng hóa với giá rẻ hơn hay phân phối sản phẩm đúng đối tác,… Thật sự, vấn đề không nằm ở chỗ bạn có thương lượng hay không mà bạn thương lượng hiệu quả như thế nào. Trách nhiệm chính của cuộc đời bạn là học cách thương lượng tối ưu cho chính bản thân mình.

Tìm hiểu và thực hành các quy luật thương lượng trong chương này sẽ giúp bạn dễ dàng và nhanh chóng đạt được nhiều thứ mình

thực sự mong muốn. Nếu biết sử dụng những quy luật này một cách phù hợp, bạn sẽ cải thiện và nâng cao cuộc sống của mình về nhiều phương diện. Đôi khi chỉ cần một thay đổi khiêm tốn về kỹ năng thương lượng, bạn vẫn sẽ nhận được nhiều lợi ích đáng kể, thậm chí nằm ngoài khả năng dự đoán của bạn.

73

QUY LUẬT THƯƠNG LƯỢNG PHỔ QUÁT

Tất cả mọi thứ đều có thể thương lượng.

Giá cả của mọi sản phẩm cũng như các điều khoản mua bán đều do con người đặt ra và không tuân theo bất kỳ quy luật nào nên hiển nhiên là chúng có thể thay đổi được. Khi bạn nhìn cuộc sống như một quá trình thương lượng kéo dài, bạn sẽ thấy rằng hầu như tất cả mọi tình huống đều chứa đựng các yếu tố mà bạn có thể thương lượng để cải thiện các điều khoản và điều kiện cho bản thân cũng như cho người khác.

Hệ quả thứ nhất: Giá cả là sự ước lượng chính xác về những gì thị trường chấp nhận.

Giá cả đặt ra cho một sản phẩm hay dịch vụ hầu như không liên quan đến thực tế khách quan, tức đến chi phí sản xuất và tiếp thị, phân phối,... Giá cả là sự tùy hứng và chủ yếu phản ánh những gì mà thị trường chấp nhận về sản phẩm hay dịch vụ tại một thời điểm nhất định.

Hệ quả thứ hai: Con người quy định giá cả, do đó con người cũng có thể thay đổi giá cả.

Tôi sẽ minh họa cho bạn một ví dụ về hệ quả này. Một lần, tôi bước vào một cửa hàng thời trang cao cấp dành cho nam giới. Khi đó là tháng Hai, cuối mùa đông. Thứ đầu tiên đập vào mắt tôi là một chiếc áo khoác bằng len cashmere rất đẹp, ghi giá 500 đô la nhưng đã được giảm xuống còn 350 đô la. Tôi trả giá 250 đô la. Người bán hàng cau mày, thoáng chút ngạc nhiên. Anh ta nói rằng những cửa hàng cao cấp như thế này không chấp nhận việc thương lượng giá cả. Giá ghi trên nhãn là chính xác và không thay đổi.

Tôi nhận ra ngay rằng mình đang nói chuyện với một người không có quyền thương lượng. Vì người quản lý cửa hàng đã ra ngoài nên tôi viết số tiền 250 đô la vào danh thiếp của mình một cách rất lịch sự và nhờ người bán hàng chuyển lại cho người quản lý khi ông ta quay trở lại. Tôi nói thêm giá đề xuất của tôi sẽ có

hiệu lực cho đến 3 giờ chiều hôm đó. Sau đó tôi quay trở về văn phòng làm việc. Lúc 2 giờ 30 chiều, chuông điện thoại reo và với giọng rất ngạc nhiên, người nhân viên bán hàng buổi sáng nói với tôi rằng người quản lý của mình đã đồng ý chấp nhận giá 250 đô la cho chiếc áo khoác.

Bạn đừng e ngại những con số ghi sẵn. Chúng đều có thể thay đổi và điều chỉnh nếu bạn biết đưa ra yêu cầu đúng lúc.

74

QUY LUẬT TƯƠNG LAI

Mục đích của thương lượng là nhằm đạt được một thỏa thuận có thể thỏa mãn nhu cầu của các bên đồng thời tạo động lực để thực hiện những thỏa thuận đó cũng như để tiến hành các cuộc thương lượng tiếp theo trong tương lai với cùng đối tác.

Đây là quy luật thương lượng cơ bản, đặc biệt được áp dụng trong những trường hợp mà bạn sẽ phải tiếp tục thỏa thuận lại với đối tác. Trong kinh doanh, bạn cần ghi nhớ yếu tố tương lai này trong mỗi giai đoạn thương lượng vì việc đối tác rút lui khỏi các cuộc thương lượng hoặc giao dịch diễn ra trong thời gian dài là điều rất bình thường.

Chúng ta hãy diễn giải quy luật này theo 3 phần riêng biệt. Trước hết, "mục đích của thương lượng là nhằm đạt được một thỏa thuận". Dù điều này không phải lúc nào cũng có thể thực hiện thành công nhưng cuộc thương lượng vẫn được giả định trên cơ sở các bên muốn hợp tác cùng nhau. Nếu một bên không muốn và không cùng mục đích thương lượng, chắc chắn bên kia sẽ gặp phải bất lợi lớn.

Thành phần thứ hai là "nhu cầu của các bên đều được thỏa mãn". Điều này có nghĩa là nếu một bên cảm thấy mình bị thua thiệt trong một thỏa thuận nào đó, thì cuộc thương lượng xem như chưa đáp ứng được yêu cầu cơ bản của sự thành công. Các bên đều phải cảm thấy rằng mình có lợi hơn.

Thành phần cuối cùng là "tạo động lực để thực hiện những thỏa thuận cũng như để tiến hành các cuộc thương lượng tiếp theo trong tương lai với cùng đối tác". Điều này có nghĩa là các bên đều thỏa mãn về kết quả đạt được nên sẽ có động lực để thực hiện bất kỳ cam kết nào đã đưa ra và cảm thấy lạc quan về thỏa thuận đó nên sẵn sàng thương lượng tiếp và hướng đến những thỏa thuận mới trong tương lai. Nhiệm vụ của bạn trong mọi cuộc thương

lượng là thể hiện thiện chí hợp tác lâu dài nhằm tạo lòng tin nơi đối tác để họ tiếp tục làm ăn với bạn trong tương lai.

75

QUY LUẬT ĐÔI BÊN CÙNG THẮNG

Một cuộc thương lượng chỉ thành công khi cả hai bên đều thấy hoàn toàn thỏa mãn với kết quả đạt được, đều có cảm giác mình là người "thắng cuộc".

Bạn hãy tỏ ra nhất quán và quyết tâm khi bước vào cuộc thương lượng nhằm duy trì mối quan hệ tốt đẹp và lâu dài giữa các bên. Bạn cũng nên cố gắng tìm một kết quả làm hài lòng cả hai phía. Bất kỳ sự dàn xếp hay thỏa thuận nào làm cho một trong hai bên không thỏa mãn sẽ đem lại cho bạn những kết quả không hay sau này mà bạn không thể lường trước được.

Trước khi tham gia vào buổi thương lượng, bạn cần thông báo trước chính kiến của mình rằng bạn mong muốn và chờ đợi một giải pháp làm thỏa mãn cả hai bên. Nếu kết quả cuối cùng không đưa đến thắng lợi cho cả hai, bạn nên từ chối không thực hiện bất cứ thỏa thuận nào. Khi quyết tâm đạt được giải pháp hai bên cùng thắng với tâm thế cởi mở, dễ tiếp thu, mềm dẻo trong quá trình thảo luận, có khả năng bạn sẽ khám phá ra một giải pháp thứ ba mà chưa có bên nào nghĩ đến nhưng đó lại chính là giải pháp tốt đẹp hơn so với những gì mà bạn hoặc đối tác đề xuất. Loại giải pháp thứ ba này không quá khó đạt được, miễn là bạn phải động não và tư duy theo chiều hướng tích cực nhất.

Mặc dù bạn đã quyết định rằng chỉ chấp nhận một giải pháp đem lại sự thỏa mãn cho các bên, bạn vẫn có thể linh động trong trường hợp cần thiết. Khi hiểu rõ các giá trị và mục đích của mình, bạn đang ở trong một vị thế có thể tận dụng mọi chiến lược và chiến thuật sẵn có để đạt được thỏa thuận tốt nhất – thỏa thuận phải đảm bảo sự hài lòng cho các bên.

76

QUY LUẬT KHẢ NĂNG VÔ TẬN

Bạn luôn có thể đạt được một thỏa thuận tốt hơn nếu bạn biết cách.

Không ai buộc bạn phải chấp nhận kết quả của một cuộc thương lượng nếu bạn cảm thấy bất mãn hay chưa hài lòng. Bạn hoàn toàn có thể đạt được những thỏa thuận, giá cả hay điều khoản tốt

hơn nếu bạn biết cách.

Hệ quả thứ nhất: Nếu muốn đạt được một thỏa thuận tốt hơn, hãy mạnh dạn đưa ra yêu cầu.

"Yêu cầu" là từ có sức mạnh lớn nhất trong kinh doanh và thương lượng. Phần lớn mọi người đều ngần ngại khi đưa ra yêu cầu vì lo sợ bị từ chối hay không chấp thuận. Nhưng những chuyên gia thương lượng giỏi sẽ không chấp nhận tình trạng này. Họ luôn bình thản và tự tin yêu cầu bất kỳ loại giá cả hay điều khoản nào mà họ muốn cho dù có thể những yêu cầu đó gần như nằm ngoài giới hạn cho phép. Rất nhiều trường hợp, sự yêu cầu của bạn sẽ được đối tác nhanh chóng xem xét và chấp thuận.

Một trong những học viên đã tốt nghiệp lớp chuyên đề của tôi là một người buôn bán bất động sản cần mua nhà. Anh ta định ra một phạm vi giá cả cụ thể và chỉ tìm những căn nhà rao bán trên thị trường có giá nằm trong phạm vi đó. Chiến lược của anh ta rất đơn giản. Dù giá đặt ra là gì đi nữa, anh đều đề xuất trả 50 đến 60% số tiền đó bằng tiền mặt mà không có thêm điều kiện nào khác. Những đề xuất của anh đều có thời hạn nhất định.

Rất nhiều lần, anh bị từ chối. Không chỉ từ chối, một số người còn dùng những ngôn từ xúc phạm anh. Thế nhưng, anh vẫn kiên trì đi theo chiến lược của mình. Cứ khoảng một trăm lần tiếp xúc với các chủ nhà, anh lại tìm được một người muốn bán nhà ngay vì một lý do nào đó và họ nhanh chóng đồng ý đề xuất mà anh đã đưa ra. Sau đó anh thế chấp tài sản chính của mình để lấy tiền mua ngôi nhà. Sau khi ngôi nhà đã thuộc chủ quyền của anh, anh bán hoặc cho thuê với giá cao hơn tiền lãi thế chấp ngân hàng. Bí quyết của anh ta thật đơn giản. Đó chỉ là dám yêu cầu mức giá mua nhà thấp hơn nhiều so với bất kỳ người buôn bán bất động sản nào khác.

Hệ quả thứ hai: Cho dù giá đề xuất là gì, bạn hãy phản ứng lại với sự ngạc nhiên và thất vọng.

Giá cả mọi người đưa ra thường chênh lệch nhiều so với giá trị thực. Mọi người có xu hướng đẩy giá lên cao khi muốn bán và hạ mức giá xuống thấp khi muốn mua. Trong bất kỳ trường hợp nào, khi đối tác đưa ra mức giá, đầu tiên bạn nên tỏ thái độ lưỡng lự và phản ứng lại bất kể giá cả hay đề xuất đưa ra là gì. Sau đó, hãy đặt câu hỏi: "Đó là đề xuất tốt nhất mà anh có thể đưa ra phải không?" và hoàn toàn im lặng. Thông thường, mọi giá cả đều có một mức chiết khấu được định sẵn và người bán hàng sẽ hạ giá khi thấy

bạn thể hiện sự lưỡng lự.

Hệ quả thứ ba: Hãy cho đối tác biết rằng bạn có thể đạt được thỏa thuận tốt hơn ở nơi khác.

Chẳng có gì khiến người bán hàng giảm giá xuống nhanh hơn là nói rằng bạn có thể mua được cùng mặt hàng đó ở một nơi khác với giá thấp hơn. Điều này sẽ làm lung lay sự tự tin của người bán hàng, khiến họ cảm thấy rằng nếu không quyết định sớm, có khả năng họ sẽ bị mất khách hàng.

QUY LUẬT SỐ 4

Bất kỳ cuộc thương lượng nào cũng tập trung vào bốn vấn đề chính. Mọi thứ khác đều phụ thuộc vào các vấn đề này.

Có thể cần phải giải quyết nhiều chi tiết trong một cuộc thỏa thuận phức tạp nhưng thông thường sự thành công hay thất bại của cuộc thương lượng sẽ phụ thuộc vào không quá bốn yếu tố. Tôi đã từng tham gia một cuộc thảo luận phức tạp kéo dài ba ngày, chi tiết thảo luận nằm trong năm mươi trang giấy, cuối cùng chỉ để rút lại xuống còn bốn vấn đề chính.

Hệ quả thứ nhất: 80% trở lên nội dung thương lượng sẽ xoay quanh bốn vấn đề chính.

Quy luật số 4 và con số 80% này dường như đúng trong mọi trường hợp. Dù cuộc thương lượng kéo dài bao lâu hay phức tạp đến mức độ nào, dù có bao nhiêu điều khoản, điều kiện và chi tiết, cuối cùng bạn sẽ nhận ra rằng phần lớn những điểm quan trọng nhất của cuộc thương lượng đều xoay quanh bốn vấn đề cơ bản.

Hệ quả thứ hai: Trong bốn vấn đề chính của bất kỳ cuộc thương lượng nào, sẽ có một vấn đề chính và ba vấn đề phụ.

Ví dụ, bạn dự định mua một chiếc xe hơi mới. Bốn yếu tố chính chi phối quyết định của bạn có thể là giá cả, giá trị vượt trội so với chiếc xe mà bạn đang sử dụng, màu sắc và phụ tùng. Các chính sách về bảo hành và dịch vụ cũng quan trọng nhưng chỉ là thứ yếu đối với bạn.

Thông thường, trước khi mua một chiếc xe mới, bạn sẽ cân nhắc khoảng mười chiếc xe khác nhau và ghé thăm khoảng mười đại lý bán xe hơi khác nhau. Cuối cùng bạn sẽ chọn một mẫu xe được ba

đại lý xe hơi bán. Sau đó bạn sẽ đưa ra quyết định của mình dựa trên sự kết hợp của bốn yếu tố này, trong đó giá cả có thể là vấn đề chính, còn vai trò quan trọng của ba yếu tố kia thay đổi tùy theo hoàn cảnh cá nhân hay sở thích của bạn.

Quy luật số 4 có thể có ảnh hưởng rất lớn nếu hai bên sắp xếp tầm quan trọng của bốn yếu tố theo những trật tự khác nhau. Một bên có thể quan tâm nhiều hơn về giá cả và bên kia có thể quan tâm về các điều khoản. Điều này có thể dẫn đến một giải pháp tuyệt vời giúp hai bên cùng thắng đồng thời thỏa mãn những yêu cầu quan trọng nhất của mỗi bên.

78

QUY LUẬT THỜI ĐIỂM QUYẾT ĐỊNH

Mọi cuộc thương lượng đều có một thời điểm quyết định sự thành công hay thất bại.

Bạn hãy luôn lập kế hoạch chiến lược và tính toán thời gian thương lượng sao cho có lợi cho mình nhất. Hầu hết mọi tình huống thương lượng đều có mốc "quá sớm" hay "quá muộn" và có thời điểm quyết định. Khi bạn tính toán và phân bố thời gian một cách chính xác, bạn sẽ có nhiều cơ hội đạt được những thỏa thuận tốt hơn.

Hệ quả thứ nhất: Nhu cầu càng cấp bách, khả năng thương lượng càng kém hiệu quả.

Khi bạn nôn nóng kết thúc một thỏa thuận, khả năng thương lượng theo chiều hướng có lợi cho bạn sẽ giảm đi rõ rệt. Và ngược lại, nếu đối phương háo hức đạt được thỏa thuận, họ đang ở trong tình trạng bất lợi mà bạn có thể khai thác hiệu quả.

Ví dụ, hầu hết các công ty kinh doanh thương mại đều có chỉ tiêu doanh số hàng tháng, hàng quý và hàng năm. Các giám đốc bán hàng có nhiệm vụ phải đạt được các mức chỉ tiêu này. Họ phụ thuộc vào những chỉ tiêu đó vì công việc, thu nhập và tiền thưởng. Mọi nhân viên kinh doanh cũng đều có một hạn ngạch bán hàng cho mỗi tháng. Vì thế, khi bạn dự định mua một món hàng đắt tiền, bạn hầu như có thể đạt được sự thỏa thuận tốt nhất nếu bạn đợi đến cuối tháng khi xuất hiện áp lực phải đạt chỉ tiêu doanh số.

Hệ quả thứ hai: Không nên tỏ ra nóng vội khi thương lượng.

Sử dụng áp lực thời gian là một chiến thuật phổ biến trong thương lượng thể hiện ở việc thúc ép bạn đưa ra quyết định nhanh chóng. Khi rơi vào tình huống này, bạn nên tỉnh táo, không dao động và kiên trì đặt câu hỏi để tìm hiểu xem vấn đề có thực sự cấp bách không.

Nếu đối tác buộc bạn quyết định ngay lập tức, bạn có thể trả lời lại bằng câu nói: "Nếu cần tôi trả lời ngay bây giờ, thì câu trả lời là không. Nhưng nếu tôi có thời gian suy nghĩ, thì câu trả lời có thể khác đi".

Mặt khác, bạn có thể linh hoạt sử dụng chiến thuật này để làm lợi thế cho mình bằng cách gây sức ép để cho người kia không còn thời gian và phải ra quyết định theo những điều khoản của bạn.

Nhưng cố gắng đừng để người khác làm điều này với bạn.

Hệ quả thứ ba: 80% các vấn đề quan trọng của bất kỳ cuộc thương lượng nào thường được quyết định trong khoảng 20% thời gian cuối cùng.

Phần lớn những vấn đề quan trọng trong một cuộc đàm phán rơi vào giai đoạn cuối của các cuộc thảo luận. Dường như có một xu hướng tự nhiên của con người là trì hoãn việc quyết định những điều quan trọng nhất cho đến thời điểm đàm phán này.

Điều này đòi hỏi các bên thương lượng phải đủ kiên nhẫn và sẵn sàng tập trung tinh thần vào những vấn đề quan trọng được giải quyết vào phút chót. Việc lập kế hoạch và thời hạn quyết định sẽ giúp bạn. Nếu những vấn đề quan trọng được giải quyết nhanh gọn và sớm hơn dự kiến thì quả là điều ngạc nhiên một cách thú vị. Nhưng đây chỉ là trường hợp ngoại lệ.

Điều cuối cùng liên quan đến thời điểm quyết định: Bất cứ khi nào có thể, bạn nên trì hoãn việc đưa ra một quyết định quan trọng. Cố gắng đừng để người khác sử dụng chiến thuật thời gian buộc bạn phải đưa quyết định sớm. Tất cả những vấn đề liên quan đến số tiền lớn, vòng đời lâu dài của sản phẩm,... đều cần khoảng thời gian tương đối dài đủ để ra quyết định chính xác. Hãy sử dụng thời gian như một vũ khí để củng cố vị thế của bạn và cải thiện khả năng đưa ra những quyết định sáng suốt hơn.

Các điều khoản thanh toán có thể quan trọng hơn giá cả trong một cuộc thương lượng.

Có nhiều sản phẩm, chẳng hạn như nhà cửa và xe hơi, được bán chủ yếu dựa trên các điều khoản thanh toán và lãi suất hơn là dựa trên giá cả thực tế hay thậm chí chính bản thân sản phẩm. Nếu được thanh toán nhiều lần, khách hàng thường mua những ngôi nhà đắt nhất. Nếu được trả góp hàng tháng, khách hàng sẽ chọn mua chiếc xe hơi cao cấp. Khả năng linh động thay đổi các điều khoản tùy theo đối tượng khách hàng chính là chìa khóa dẫn đến thành công bán hàng.

Tôi vẫn còn nhớ lần đầu tiên tôi mua một chiếc Mercedes-Benz. Người bán hàng nhiệt tình giới thiệu chi tiết chiếc xe và còn cho tôi lái thử. Tôi thật sự thích kiểu dáng và ấn tượng với phong cách của chiếc xe nhưng khi nghe đến giá tiền, tôi biết rằng mình không thể kham nổi cho dù sẽ trả góp chiếc xe trong ba năm như quy định bán hàng thông thường. Người bán hàng nhanh chóng nhận ra vấn đề của tôi nên linh động cho phép tôi trả chậm trong năm năm thay vì ba năm như những người khác. Ngoài ra, anh ta còn cho tôi biết thêm, nếu mua xe dưới danh nghĩa của công ty, tôi có thể được giảm giá và lãi suất. Rồi anh tính toán số tiền hàng tháng tôi sẽ phải trả.

Ngay sau khi nhìn thấy con số thực tế, tôi đã quyết định mua ngay chiếc xe, mặc dù sẽ phải bỏ ra số tiền nhiều hơn dự định ban đầu. Trong trường hợp này, chính điều khoản thanh toán chứ không phải giá cả đã củng cố quyết định mua hàng của tôi.

Trong một ví dụ khác, tôi có người bạn rất thành công trong vai trò Tổng giám đốc bán hàng của một công ty xây dựng và kinh doanh địa ốc. Bạn tôi nhận ra rằng đa phần mọi người không mua nhà mà thật ra là mua các khoản chi trả và các điều khoản thanh toán. Do vậy, anh không sử dụng chiến lược quảng cáo sự hấp dẫn của các căn nhà và giá bán như những đối thủ cạnh tranh vẫn làm, mà anh đã quảng cáo số tiền chi trả hàng tháng để được sở hữu một căn nhà mới. Chiến lược này đã làm doanh số bán hàng của anh tăng vọt nhanh chóng và anh đã trở thành một trong những người được trả lương cao nhất trong lĩnh vực kinh doanh của mình.

Hệ quả thứ nhất: Bạn có thể đồng ý với hầu hết mọi mức giá nếu bạn có thể quyết định các điều khoản.

Nếu bạn đang thương lượng và thực sự muốn mua hoặc bán một

sản phẩm nào đó nhưng đang bế tắc ở mục giá cả, bạn hãy chuyển hướng sang việc thỏa thuận các điều khoản khác để yếu tố giá cả có thể dễ dàng chấp nhận được. Sau đây là một câu chuyện có thật để minh họa cho chiến lược này:

Có hai doanh nhân ở Tuscon sở hữu hai khu đất rất rộng lớn.

Một trong hai người quyết định bán khu đất của mình với giá 1 triệu đô la. Một người bạn của tôi làm nghề kinh doanh bất động sản cũng muốn mua khu đất của doanh nhân thứ hai. Lô đất này không tốt bằng lô đất thứ nhất, địa thế cũng không thuận tiện bằng nhưng người thứ hai vì thể diện nên đưa giá bán đề nghị là 1 triệu đô la. Tuy nhiên, ông vẫn còn lưỡng lự vì thật sự ông không muốn bán khu đất mà muốn để dành cho con cháu. Thêm vào đó, khoản tiền thu được từ việc mua bán này sẽ ảnh hưởng bất lợi đến tình trạng đóng thuế thu nhập của ông. Sau khi cân nhắc mọi yếu tố và vấn đề của khách hàng, bạn tôi chấp nhận trả 1 triệu đô la cho lô đất, nhưng không trả bằng tiền mặt mà thông qua mức trả góp hàng năm thấp và một lần thanh toán nợ cuối cùng sau hai mươi năm. Trên cơ sở đó, đôi bên cùng có lợi. Người bạn của tôi chỉ phải trả chi phí hằng năm rất khiêm tốn cho lô đất mặc dù giá bán được nêu ở mức 1 triệu đô la. Còn vị doanh nhân không phải chịu thêm thuế và có thể để dành một khoản tiền lớn cho thế hệ tương lai sau hai mươi năm nữa.

Hệ quả thứ hai: Đừng bao giờ chấp nhận đề xuất đầu tiên, dù đề xuất đó có hấp dẫn thế nào đi nữa.

Đừng vội vàng chấp nhận đề xuất đầu tiên của đối phương cho dù đề xuất đó đã thỏa mãn tất cả những gì bạn yêu cầu. Cho dù đề xuất đầu tiên có tốt đến đâu, bạn vẫn có thể đạt được một thỏa thuận tốt hơn nếu biết kiên trì, cân nhắc và yêu cầu thêm thời gian suy nghĩ.

Hệ quả thứ ba: Đừng bao giờ từ chối một đề xuất ngay lập tức, cho dù thoạt đầu mới nghe có vô lý thế nào đi nữa.

Một đề xuất không có vẻ gì hấp dẫn vẫn có thể đem lại thỏa thuận tốt đẹp nếu bạn có thể quyết định điều khoản thanh toán. Bạn có thể nói: “Quả là một đề xuất hay và cũng giống những gì tôi nghĩ. Nhưng hãy xem liệu có cách nào để chúng ta khiến đề xuất này trở nên thực tế hơn cho cả hai bên không”.

Việc bạn chuẩn bị chu đáo sẽ quyết định 80% trở lên mức độ thành công trong bất kỳ cuộc thương lượng nào.

Hành động mà không lập kế hoạch trước là nguyên nhân của mọi thất bại. Thương lượng mà không chuẩn bị là nguyên nhân của mọi thỏa thuận bất lợi mà bạn phải gánh chịu. Những chuyên gia thương lượng giỏi nhất luôn dành thời gian để chuẩn bị thật kỹ càng và suy nghĩ thấu đáo tình huống trước khi chính thức bước vào thương lượng.

Hệ quả thứ nhất: Sự thật là tất cả.

Đối với những vấn đề quá phức tạp và rộng lớn, trở ngại khi thương lượng thường nằm ở chi tiết. Vì vậy, trước khi bắt đầu thương lượng, bạn hãy nắm chắc mọi thông tin, dữ kiện của vấn đề. Đừng thỏa mãn với những dữ kiện có vẻ hiển nhiên, những dữ kiện được giả định, được hy vọng là đúng hay được cho là đúng. Hãy nhấn mạnh vào những dữ kiện có thực vì sự thật không bao giờ lừa dối.

Hãy tránh sự cám dỗ chấp nhận những câu trả lời hời hợt hoặc những con số không đầy đủ, không có nguồn gốc rõ ràng. Đừng nôn nóng đi đến kết luận cũng như không kỳ vọng quá mức. Hãy nghiên cứu, đặt câu hỏi, lắng nghe và ghi chép cẩn thận. Điều này có thể tạo ra sự khác biệt đáng kể đối với kết quả cuối cùng bạn có được.

Hệ quả thứ hai: Luôn chuẩn bị chu đáo. Đôi khi một chi tiết nhỏ cũng có thể quyết định sự thành công của cuộc thương lượng.

Luật sư xét xử nổi tiếng Louis Nizer đã giải thích về bí quyết thành công trong cuốn sách My life in court của mình. Theo ông, chính nhờ sự chuẩn bị chu đáo mà ông đã giúp nhiều thân chủ của mình chiến thắng trong những vụ trọng án một mất một còn. Đôi khi, chỉ một dữ kiện nhỏ mà ông đã phát hiện được sau nhiều giờ nghiên cứu đã làm sự việc thay đổi buộc ông phải điều tra theo hướng hoàn toàn khác.

Hệ quả thứ ba: Luôn kiểm tra các giả định vì những giả định không chính xác là gốc rễ của phần lớn các sai lầm.

Hầu hết mọi người khi bước vào cuộc thương lượng đều giả định rằng đối phương mong muốn đạt được thỏa thuận trước tiên. Điều này không phải lúc nào cũng đúng và bạn cần xem lại giả định này. Đôi khi đối phương đã hợp tác với người khác hoặc quyết định không thực hiện bất kỳ giao dịch mua bán nào. Cũng

có thể họ chỉ lướt qua các đề nghị trong nội dung thương lượng để xem họ có thể nhận được những thỏa thuận có lợi nào. Cũng có khi đối phương đã được ai đó đưa ra đề xuất tương tự với những đề xuất tốt nhất của bạn. Hoặc bên kia có thể đang thương lượng nhưng lại không có thẩm quyền hay trách nhiệm theo đuổi bất kỳ thỏa thuận nào đã được đồng ý. Hãy nhớ kiểm tra những giả định của bạn trước khi đầu tư quá nhiều thời gian hay nỗ lực.

81

QUY LUẬT THẨM QUYỀN

Bạn chỉ có thể thương lượng thành công với người có thẩm quyền chấp thuận các điều khoản và điều kiện mà bạn thỏa thuận.

Một trong những chiến thuật thương lượng phổ biến là sắp xếp một "người đại diện không quyền hạn" - một người có thể thỏa thuận các điều khoản với bạn nhưng không có quyền đưa ra quyết định cuối cùng. Người này có nhiệm vụ báo cáo lại với một người có thẩm quyền trước khi họ có thể xác nhận mọi điều khoản của bản hợp đồng.

Hệ quả thứ nhất: Bạn phải tìm hiểu xem người đại diện thương lượng của đối phương có thẩm quyền quyết định không.

Cách đơn giản nhất là bạn hãy hỏi trực tiếp phía đối phương xem người đại diện thương lượng có được ủy quyền để hành động thay mặt công ty hay khách hàng không. Nếu không phải, bạn cần thận trọng về vị thế và những nhượng bộ mà bạn đưa ra.

Người Nga nổi tiếng về việc cử các nhân viên không có thẩm quyền đến các hội nghị đàm phán quốc tế về kiểm soát vũ khí, thương mại hay quan hệ đối ngoại. Ngược lại, những nhà đàm phán của Mỹ luôn được trao đầy đủ quyền hạn để tiến hành các thỏa thuận. Chắc chắn bạn đã biết được kết quả của những cuộc đàm phán chênh lệch như thế này.

Hệ quả thứ hai: Khi thương lượng với người không có thẩm quyền, bạn cũng phải thể hiện bản thân như một người không có quyền quyết định cuối cùng.

Hãy dùng chiến thuật "gậy ông đập lưng ông". Nếu đối phương thông báo rằng họ không thể đưa ra quyết định cuối cùng, hãy nói rằng bạn cũng ở trong vị thế như vậy. Chiến thuật này cân bằng sân chơi và tăng sự linh hoạt của bạn trong trường hợp xảy ra đề xuất phản kháng không thể chấp nhận.

82

QUY LUẬT HOÁN ĐỔI VỊ TRÍ

Đặt bản thân vào vị trí của người khác cho phép bạn thương lượng hiệu quả hơn.

Với những vấn đề phức tạp hoặc những giao dịch lớn, bạn có thể sử dụng phương pháp "hoán đổi vị trí" của luật sư để thương lượng. Đây là một phương pháp vô cùng hiệu quả giúp kỹ năng thương lượng của bạn trở nên sắc bén hơn.

Sinh viên trường luật thường làm bài tập thực hành bằng cách đặt mình vào vai trò của công tố viên và vai trò của luật sư bào chữa trong cùng một vụ án. Sinh viên được hướng dẫn cách thức chuẩn bị sự kiện, bằng chứng, thông tin sao cho dù ở vai trò nào, sinh viên cũng quyết tâm giành chiến thắng. Bạn cũng nên làm tương tự. Trước khi tiến hành thương lượng, bạn hãy viết ra và phân loại mọi vấn đề mà bạn nghĩ rằng có thể sẽ liên quan đến đối phương. Điều này giúp bạn bao quát được vấn đề và giảm thiểu khả năng bỏ sót chi tiết. Khi đã xác định những nhượng bộ chủ yếu mà bạn nghĩ rằng bên kia sẽ muốn, bạn có thể nghĩ đến những gì mình có thể đáp ứng. Từ đó, bạn sẽ thấy được điểm yếu và điểm mạnh của bản thân để xác định những lĩnh vực có thể thỏa hiệp. Việc chuẩn bị thông qua hình thức hoán đổi vị trí như thế này là cách làm việc mang tính chuyên nghiệp của các chuyên gia thương lượng xuất sắc.

Một chiến thuật rất hiệu quả mà bạn có thể sử dụng để mở đầu buổi thương lượng là đặt câu hỏi: "Theo anh thì mục đích của buổi thương lượng hôm nay là gì và anh mong muốn điều gì từ cuộc thương thảo này?". Câu hỏi này sẽ thể hiện sự quan tâm của bạn đến việc đạt được kết quả nhằm tìm kiếm giải pháp làm thỏa mãn đôi bên. Khi bạn bắt đầu bằng câu hỏi đầy thiện chí thì đối phương sẽ đáp lại bằng câu trả lời mang tính hợp tác và bạn sẽ ngạc nhiên khi thấy cả hai bước vào buổi thảo luận trọng yếu nhanh chóng và hiệu quả như thế nào.

83

QUY LUẬT QUYỀN LỰC VƯỢT TRỘI

Trong bất kỳ cuộc thương lượng nào, bạn sẽ đạt được thỏa thuận tốt hơn với người có quyền lực mạnh hơn, dù đó là quyền lực chính thức hay không chính thức.

Khả năng nhận biết quyền lực của bạn lẫn quyền lực của đối phương đóng vai trò rất quan trọng đối với sự thành công của bạn trong quá trình thương lượng. Không phải những gì đối phương thể hiện bên ngoài đều phản ánh chính xác mức độ quyền lực mà họ có. Tương tự, bạn có thể linh động khai thác quyền lực mà bạn đang nắm giữ ở nhiều khía cạnh khác nhau. Bạn cần phải rõ ràng về cả hai yếu tố này.

Hệ quả thứ nhất: Đối phương sẽ ngừng thương lượng khi thấy bạn không đủ quyền lực có thể tác động hay ảnh hưởng đến họ.

Trong một cuộc thương lượng, bạn cần phải chứng minh vị thế của riêng mình bằng việc hoặc sở hữu điều mà đối phương mong muốn, hoặc thể hiện khả năng rút lại điều mà đối phương đang chờ đợi, để buộc họ phải nể trọng bạn. Bạn hãy đặt mình vào đối phương để nhìn nhận tình huống theo quan điểm của họ nhằm có được lợi thế nhiều nhất.

Hệ quả thứ hai: Quyền lực là một vấn đề thuộc về nhận thức và được nhìn nhận theo quan điểm của người sở hữu quyền lực.

Trong một vài tình huống cụ thể, bạn hoàn toàn có thể tạo ra sự nhận thức về quyền lực theo cách nào đó. Mỗi khi gặp phải chất lượng phục vụ kém trên một chuyến bay hoặc tại một khách sạn nào đó, tôi thường lấy giấy bút ra và hỏi người phục vụ một cách lịch sự nhưng lạnh lùng: "Anh (chị) vui lòng cho tôi biết tên?". Điều này sẽ khiến người đó giật mình và chột dạ. Họ sẽ ngập ngừng nói tên trong khi cố suy nghĩ xem tôi có thể là ai, lý do gì khiến tôi lại hỏi như vậy và tôi dự định sẽ làm gì sau đó. Chưa dừng ở đó, tôi còn yêu cầu đánh vần tên chính xác đồng thời ghi rõ chức danh hay mã số nhân viên vào tờ giấy rồi cất đi. Và từ thời điểm đó trở đi, dịch vụ được cải thiện đáng kể. Thái độ của tôi đã ít nhiều tác động đến cách ứng xử của nhân viên. Dù không biết tôi là ai nhưng nhân viên đó đã cảnh giác và không thể ứng xử liều lĩnh vì biết đâu tôi có thể là một nhân vật cao cấp trong công ty hay một người có quan hệ cá nhân với cấp lãnh đạo.

Ba yếu tố quan trọng nhất trong thương lượng là quyền lực, sự chuẩn bị và tính toán thời điểm quyết định. Trong ba yếu tố này thì quyền lực là yếu tố quan trọng và có sức thuyết phục nhất. Có mười loại quyền lực khác nhau mà bạn có thể phát triển và sử dụng theo cá nhân hoặc theo nhóm nhằm gây ảnh hưởng và thuyết phục đối phương trong bất kỳ cuộc thương lượng nào. Vấn đề càng quan trọng thì bạn nên dành càng nhiều thời gian để cân nhắc làm thế nào mình có thể sử dụng một hay nhiều yếu tố

quyền lực này để củng cố bản thân và vị thế của mình.

Loại quyền lực đầu tiên là sự lãnh đạm. Thỉnh thoảng, bạn nên tỏ thái độ thờ ơ như thể bạn không thực sự quan tâm lắm đến kết quả thương lượng. Điều này sẽ làm đối phương mất phương hướng, không kiểm soát được tình huống và bạn dễ dàng lấn át đối phương sau đó.

Loại quyền lực thứ hai là sự khan hiếm. Bạn có thể gây ảnh hưởng đến cuộc thương lượng theo hướng có lợi cho mình bằng cách đưa ra đề xuất hay ngầm ý rằng sản phẩm bạn đang bán là mặt hàng khan hiếm nên khả năng tiêu thụ sản phẩm này là rất cao và nhanh chóng. Một chiến thuật khá phổ biến trong bán hàng là gợi ý với khách hàng rằng sản phẩm mà họ muốn mua là những mặt hàng cuối cùng còn tồn kho vào thời điểm đó và đây là một sản phẩm rất nổi tiếng, được nhiều người ưa chuộng nên lúc nào cũng xảy ra tình trạng khan hiếm hàng. Đôi khi, khách hàng không kịp nhận ra họ muốn sở hữu một mặt hàng nhiều đến mức độ nào cho đến khi bạn nói rằng họ có thể sẽ không mua được nếu không quyết định sớm.

Loại quyền lực thứ ba là thẩm quyền. Khi bạn có một chức danh ấn tượng hoặc tác phong, hình ảnh, cách ứng xử của bạn giống như một người có quyền ra quyết định, đối phương sẽ ít nhiều e dè, nể trọng và cuộc thương lượng diễn ra theo chiều hướng có lợi cho bạn hơn. Trong cuốn sách Winning through Intimidation, tác giả Robert Ringer kể rằng ông đã mời hai luật sư và một đại lý bất động sản cùng ông tham gia thỏa thuận cho một giao dịch mua bán nhà đất. Sự có mặt của ba người này đã giúp ông mạnh dạn đưa ra yêu cầu và nhận được giá cả cũng như các điều khoản tốt hơn nhiều so với trường hợp một mình ông tham gia buổi thỏa thuận. Riêng về việc thể hiện thẩm quyền, một hình ảnh đầy quyền lực đem lại cho bạn nhiều hiệu quả đáng kể. Luôn chú trọng đến trang phục. Hãy sử dụng những bộ quần áo có màu sắc cổ điển thể hiện được sự mạnh mẽ, sang trọng, lịch sự. Sự chuẩn bị kỹ lưỡng về ngoại hình như thế này giúp bạn tạo ấn tượng tốt với đối phương vì điều này phần nào phản ánh được con người của bạn và mức độ bạn đánh giá tầm quan trọng của buổi thương lượng.

Loại quyền lực thứ tư là sự can đảm. Bạn có thể gây ấn tượng về sự can đảm bằng cách giao tiếp rõ ràng, mạnh mẽ, dứt khoát, không thể hiện thái độ nước đôi. Bạn luôn sẵn sàng ngồi vào bàn thương lượng khi thấy cần thiết hoặc sẵn sàng rời khỏi và chấm dứt thỏa thuận nếu thấy mọi việc đi theo chiều hướng tiêu cực. Bất cứ khi

nào bạn hành động một cách can đảm qua việc trình bày rõ ràng và đưa ra yêu cầu về những gì bạn muốn, đồng thời quyết tâm bảo vệ những yêu cầu của mình, khi ấy, bạn đã chứng minh được sự can đảm, mang đến cho bản thân một hình ảnh đầy quyền lực.

Loại quyền lực thứ năm là sự cam kết. Khi bạn tỏ ra toàn tâm toàn ý cam kết thực hiện một cuộc thương lượng thành công, cam kết tìm cách vượt qua bất kỳ trở ngại nào để đạt được thỏa thuận, bản thân bạn sẽ thể hiện một quyền lực kêu gọi sự hợp tác và đồng thuận của mọi người.

Loại quyền lực thứ sáu là sự tinh thông. Quyền lực về sự tinh thông thể hiện ở khối lượng kiến thức, kỹ năng mà bạn trang bị cho vấn đề đang được thương lượng. Khi bạn được mọi người nhìn nhận như một chuyên gia tin cậy trong bất kỳ tình huống nào, quyền lực sẽ đến với bạn một cách tự nhiên.

Loại quyền lực thứ bảy mà bạn có thể tạo ra là hiểu biết nhu cầu của đối phương. Bạn xây dựng loại quyền lực này bằng cách tìm hiểu mọi thông tin có thể có về đối phương trước khi bắt đầu thương lượng. Càng thông hiểu về đối phương, bạn càng chiếm ưu thế khi thương lượng.

Loại quyền lực thứ tám mà bạn có thể phát huy là sự thấu cảm. Mỗi lời nói hoặc hành động của bạn ít nhiều đều mang tính cảm xúc. Khi đối phương cảm thấy người mà họ đang thương lượng đồng cảm với hoàn cảnh và tình huống của họ, họ sẽ trở nên linh động và dễ chịu hơn trong cuộc thương lượng đó. Hầu hết những chuyên gia thương lượng xuất sắc đều có mức thấu cảm cao, trầm tĩnh, chinh phục được cảm tình của người khác, có định hướng cho mọi giải pháp và là người luôn hướng đến việc tìm kiếm một giải pháp chung làm hài lòng tất cả các bên.

Loại quyền lực thứ chín mà bạn có thể sử dụng là sự thưởng phạt. Đối phương sẽ có thiện chí hợp tác hơn khi thấy bạn có khả năng ảnh hưởng đến họ ở cả hai khía cạnh, cả tích cực lẫn tiêu cực: hoặc bạn giúp đỡ, hỗ trợ hoặc bạn làm tổn hại, ảnh hưởng đến quyền lợi của họ.

Loại quyền lực thứ mười và cũng là loại cuối cùng là quyền đầu tư về tiền bạc hoặc thời gian, hoặc cả hai. Khi bạn thể hiện được rằng mình đã đầu tư rất nhiều công sức, thời gian hoặc tiền bạc vào vấn đề đang được thương lượng, bạn sẽ có được một hình thức quyền lực nhất định so với những người dành quá ít thời gian và nỗ lực cố gắng.

Khi tôi quyết định mua ngôi nhà hiện nay của mình, tôi gặp trực tiếp chủ nhà và nói rằng vợ chồng tôi đã đi xem hàng chục căn nhà và đây là căn nhà đầu tiên mà chúng tôi cảm thấy ưng ý và quyết định trả giá. Người bán nhanh chóng nhận ra thiện chí và sự nghiêm túc của chúng tôi nên đồng ý thương lượng chính thức và hai bên đã có một giao dịch mua bán thật sự hài lòng. Nếu chúng tôi nói rằng đây là căn nhà đầu tiên chúng tôi xem, thái độ của ông ta chắc chắn sẽ hoàn toàn khác.

Sự lựa chọn quyền lực trong thương lượng phụ thuộc vào tình huống thương lượng hoặc tiến trình diễn ra cuộc thương lượng với mục đích chủ yếu là tạo ảnh hưởng hoặc chế ngự sự kiểm soát của đối phương. Càng phát triển được nhiều yếu tố quyền lực và biết sử dụng lợi thế bản thân, bạn sẽ càng trở nên thuyết phục và hiệu quả hơn trong thương lượng.

84

QUY LUẬT MONG MUỐN

Càng mong muốn kết quả thương lượng thành công, bạn càng có ít lợi thế thương lượng.

Chính sự nôn nóng sớm đạt được thỏa thuận khi thương lượng sẽ khiến bạn dễ rơi vào những tình huống bất lợi do đối phương tạo ra. Những chuyên gia thương lượng nhiều kinh nghiệm biết thể hiện thái độ không quan tâm một cách khéo léo, nhạy cảm đủ để đối phương hiểu rằng họ có nhiều phương án lựa chọn khác mà phương án nào cũng đều hấp dẫn như tình huống đang được thảo luận.

Hệ quả thứ nhất: Bất chấp mức độ mong muốn của bạn, hãy luôn thể hiện mình là người trung lập và không phụ thuộc.

Vấn đề thương lượng càng quan trọng thì bạn càng phải tỏ ra bình tĩnh, không bị kích động để tránh bị đối phương dễ dàng "đọc được suy nghĩ" của bạn. Đừng tỏ thái độ quan tâm dưới bất kỳ hình thức nào mà hãy để đối phương phần nào dao động.

Hệ quả thứ hai: Càng làm cho đối phương mong muốn có được thỏa thuận, bạn càng đạt được thỏa thuận có lợi cho mình.

Mong muốn là yếu tố quan trọng quyết định việc bán hàng thành công. Chính vì vậy, bạn hãy dồn mọi nỗ lực của mình vào việc xây dựng giá trị và chỉ ra những lợi ích mà đối phương sẽ thích khi họ mua hay bán sản phẩm.

Những người bán ngọc quý Trung Hoa, theo phong tục lâu đời, luôn giữ sắc mặt hoàn toàn vô cảm và bí hiểm mỗi khi giới thiệu cho khách hàng tiềm năng xem từng viên ngọc bích. Bằng kinh nghiệm, họ nhận thấy khi khách hàng thực sự thích miếng ngọc, đồng tử trong mắt sẽ giãn lớn. Khi quan sát cẩn thận và nhận thấy dấu hiệu này, người bán hàng biết ngay miếng ngọc nào được khách hàng thích nhất và chọn cách thương lượng hiệu quả để bán được hàng.

85

QUY LUẬT TƯƠNG HỖ

Sâu thẳm trong tiềm thức của con người là mong muốn đáp lại những gì họ đã được nhận.

Quy luật tương hỗ này phản ánh và giải thích cách ứng xử của con người. Không ai muốn cảm thấy mình phải chịu ơn. Khi được nhận, chúng ta sẽ tìm cách cho đi một cách tương xứng. Đây chính là cơ sở nền tảng của quy luật hợp đồng đồng thời là chất keo gắn kết hầu hết mọi mối quan hệ giữa con người với nhau.

Trong thương lượng, quy luật này được áp dụng nhiều nhất khi xuất hiện vấn đề cần thiết phải nhượng bộ. Mọi sự nhượng bộ của một bên cần được đáp lại bằng một sự nhượng bộ tương ứng từ phía bên kia. Việc tìm kiếm và đưa ra những nhượng bộ thường là yếu tố cơ bản của một cuộc thương lượng.

Hệ quả thứ nhất: Bên đầu tiên đưa ra nhượng bộ là bên muốn đạt được thỏa thuận nhiều nhất.

Vì vậy, bạn cố gắng tránh là người đầu tiên đưa ra nhượng bộ, ngay cả khi nhượng bộ một vấn đề nhỏ. Thay vào đó, hãy tỏ ra thân thiện và quan tâm nhưng cần giữ im lặng. Người đầu tiên đưa ra nhượng bộ thường sẽ nhượng bộ thêm mà thậm chí không đòi hỏi có qua có lại. Hầu hết người mua và người bán đều ý thức được điều này. Họ nhận ra rằng sự nhượng bộ sớm là một cơ hội thuận tiện để đối phương tận dụng và áp đảo mình. Vì vậy hãy cẩn thận.

Hệ quả thứ hai: Mọi nhượng bộ mà bạn đưa ra nên được đổi lại bằng sự nhượng bộ lớn hơn hoặc tương đương từ phía đối phương.

Nếu bên kia yêu cầu một sự nhượng bộ, bạn có thể đồng ý trong trường hợp bạn sẽ nhận được một sự nhượng bộ tương đương.

Nếu không, sự nhượng bộ mà bạn đưa ra sẽ trở nên vô giá trị và không giúp được nhiều cho bạn trong suốt quá trình còn lại của cuộc thương lượng.

Nếu một người yêu cầu về giá cả có lợi hơn cho họ, hãy gợi ý rằng bạn có thể chấp nhận giá đó nhưng bạn sẽ phải giảm số lượng xuống hoặc trì hoãn ngày giao hàng. Cho dù sự nhượng bộ trên thực tế không gây phí tổn hay đem lại giá trị gì cho bạn, nhưng bạn vẫn phải thể hiện tầm quan trọng của vấn đề.

Hệ quả thứ ba: Những nhượng bộ nhỏ đối với những vấn đề nhỏ sẽ giúp bạn dễ dàng đạt được những nhượng bộ lớn đối với những vấn đề quan trọng.

Một trong những chiến lược thương lượng hiệu quả nhất là sẵn sàng cho đi một thứ để nhận lại một thứ. Khi bạn tỏ ra đã nỗ lực hết sức để nhượng bộ một vấn đề thật ra không quan trọng lắm, bạn đã tạo cho mình một lợi thế để sau đó yêu cầu sự nhượng bộ tương đương hoặc lớn hơn.

86

QUY LUẬT SẴN SÀNG TỪ BỎ

Bạn sẽ không bao giờ biết giá cả và các điều khoản cuối cùng cho đến khi bạn sẵn sàng đứng dậy và từ bỏ.

Có thể bạn sẽ thảo luận nhiều lần, tranh cãi nhiều chi tiết liên quan đến vấn đề cần thương lượng nhưng bạn sẽ không thực sự biết được thỏa thuận tốt nhất là gì cho đến khi bạn thể hiện rõ ràng là mình sẵn sàng hủy bỏ thương lượng.

Khi tôi còn ở Mexico, tôi thường trao đổi và mua hàng hóa ở các chợ cũng như các cửa hàng tạp hóa. Tôi nhận ra rằng bạn có thể xem xét mặt hàng muốn mua bao lâu tùy thích nhưng bạn không thể biết được người bán hàng sẽ hạ giá xuống đến mức nào cho đến khi bạn nhún vai, cảm ơn người bán hàng rồi bỏ đi. Có lần, khi tôi đã bước đi cách xa cỡ một dãy nhà mà không ngoái nhìn lại thì người chủ cửa hàng cố chạy theo, chặn tôi lại và bán cho tôi mặt hàng với giá cuối cùng mà tôi đã trả.

Hệ quả thứ nhất: Lợi thế thương lượng sẽ nghiêng về phía người sẵn sàng từ bỏ mà không hề lưỡng lự.

Khi bạn từ bỏ thương lượng, hãy luôn vui vẻ, lịch sự và bày tỏ thái độ cảm ơn phía đối tác về thời gian và sự quan tâm mà họ đã dành

cho bạn. Hãy tạo cơ hội để bạn có thể quay lại cuộc thương lượng sau này với một vị thế tự tin và xứng đáng.

Hệ quả thứ hai: Việc từ bỏ thương lượng đôi khi lại nằm trong chiến thuật thương lượng.

Một số chuyên gia thương lượng xuất sắc trình diễn rất khéo léo việc đứng dậy và sẵn sàng từ bỏ cuộc thương lượng. Họ sẽ rời căn phòng, tòa nhà, thành phố, thậm chí đất nước đó, nếu cần, để củng cố vị thế và tăng quyền lực được người khác nhìn nhận trong một cuộc thương lượng.

Một chiến thuật khác thường được sử dụng là khi hai bên đang tranh luận căng thẳng, một hay vài nhân vật chủ chốt bày tỏ thái độ giận dữ, đứng bật dậy, nhanh chóng lao ra khỏi phòng và thề không bao giờ trở lại nữa. Tuy nhiên, họ sẽ để lại một ai đó tìm cách hòa giải với đối tác của mình và mời họ tiếp tục cuộc thảo luận. Những người còn lại sẽ tỏ ra thân thiện và dễ hợp tác. Một hình thức khác của chiến thuật này được gọi là "người tốt - kẻ xấu".

Theo đây, sẽ có hai người đàm phán hoặc hai người điều tra, nếu là trong các cuộc điều tra của cảnh sát, một người sẽ cứng rắn và liên tục đưa ra yêu cầu trong khi người kia tỏ ra thân thiện và dễ tính. Một người sẽ rất vô lý trong khi "người tốt" sẽ cố làm dịu vấn đề bằng cách nhường bạn một bước. Tất cả đều là những vai diễn trong một cuộc chơi và bạn cần cảnh giác đề phòng bất kỳ ai có thể sử dụng chiến thuật này đối với bạn.

87

QUY LUẬT CỨU CÁNH

Không có cuộc thương lượng nào là cuộc thương lượng cuối cùng.

Thường thì khi cuộc thương lượng kết thúc, một hoặc hai bên sẽ xem lại những vấn đề mà họ cảm thấy chưa được giải quyết thỏa đáng. Không phải cuộc thương lượng nào cũng có kết quả thành công như mong muốn. Chắc chắn sẽ có trường hợp một bên cảm thấy không hài lòng lắm với kết quả thương lượng và cảm thấy rằng mình đã bị "thua thiệt". Đây là điều nên cố tránh khỏi nếu hai bên đang dự tính thương lượng và xúc tiến các thỏa thuận tiếp theo trong tương lai.

Hệ quả thứ nhất: Nếu bạn không hài lòng với bất kỳ kết quả nào, hãy yêu cầu thương lượng lại.

Nếu bạn cảm thấy rằng chưa hài lòng với một điều khoản hay điều kiện cụ thể nào, hãy yêu cầu phía đối tác cùng nhau thương lượng lại, đặc biệt là những điều khoản có liên quan đến số tiền lớn hoặc thời gian thực hiện kéo dài. Hãy suy nghĩ về những lợi ích mà đối tác sẽ có được khi thực hiện những thay đổi này. Đừng ngại sự thay đổi vì mục đích thương lượng là tìm kiếm những thỏa thuận công bằng và hợp lý hơn.

Hệ quả thứ hai: Hãy tự hỏi bản thân rằng nếu có thể thương lượng lại, bạn có đồng ý với cùng những điều khoản đã có không?

Sẵn sàng xem xét lại các quyết định trước đây của bạn một cách khách quan bằng cách tự hỏi: "Với những cuộc thương lượng trước đây, nếu có cơ hội quay trở lại, liệu tôi có còn đồng ý với những điều khoản đó không?". Khả năng liên tục đánh giá lại những quyết định trước đây, không quá đề cao cái tôi của mình và nhìn nhận một cách thực tế vào tình huống đang diễn ra là các biểu hiện của một chuyên gia thương lượng xuất sắc.

Hầu như mọi mối quan hệ trong cuộc sống đều hiện diện sự thương lượng, Thương lượng là một kỹ năng tự nhiên và bình thường của cuộc sống nhưng để trở nên thành thạo và là một chuyên gia thương lượng hiệu quả, bản thân bạn phải nỗ lực nhiều hơn nữa. Chìa khóa giúp bạn vươn đến sự xuất sắc chính là thực hành thương lượng bất cứ khi nào bạn có cơ hội

Hãy mạnh dạn yêu cầu những gì bạn thực sự muốn. Hãy đưa ra giá cả hợp lý, hãy đòi hỏi điều khoản tốt hơn, điều kiện tốt hơn, lãi suất thấp hơn, nói chung là tất cả mọi thứ có thể trở nên tốt hơn. Khi bạn trở nên xuất sắc và hiệu quả trong thương lượng, bạn có thể tiết kiệm cho mình nhiều năm tháng làm việc cật lực.

Phần 8
CÁC QUY LUẬT QUẢN LÝ THỜI GIAN

Thời gian là món quà công bằng mà tạo hóa dành cho tất cả mọi người. Dù bạn là ai, thuộc tầng lớp xã hội nào, có trình độ học vấn ra sao, kiến thức, kỹ năng chuyên môn ở mức độ nào, bạn đều có khoảng thời gian như nhau: hai mươi bốn giờ trong một ngày. Một khi thời gian đã trôi qua, bạn không thể nào tìm lại được. Chính vì vậy, việc tận dụng từng giây phút quý giá nhằm đạt được một cuộc sống thành công, hạnh phúc hay việc để thời gian hao mòn dần trong sự tiếc nuối, tất cả đều phụ thuộc vào cách suy nghĩ và sử dụng thời gian. Thái độ của bạn đối với thời gian đóng vai trò quan trọng trong tất cả mọi hành động đồng thời cũng là yếu tố quan trọng quyết định hiện tại và tương lai sau này của bạn.

Sự thay đổi lớn nhất trong quan điểm của tôi về vấn đề thời gian xảy ra cách đây vài năm khi tôi đang xem lại cách tư duy về mối quan hệ cá nhân với sự quản lý thời gian. Cho đến thời điểm đó, tôi đã xem bản thân mình như "mặt trời" của vũ trụ, còn các yếu tố của cuộc đời mình là những hành tinh khác quay theo quỹ đạo xung quanh tôi theo những chu kỳ khác nhau. Một trong những hành tinh này là sự "quản lý thời gian". Hành tinh này đã tách ra khỏi quỹ đạo của tôi trong một lần tôi tình cờ đọc được một bài báo và xem một cuốn băng về các kỹ thuật quản lý thời gian. Sau đó, tôi bắt đầu đảo ngược quan điểm trước đây của mình và nhận ra rằng việc quản lý thời gian mới chính là "mặt trời" của cuộc đời tôi và tất cả các yếu tố khác sẽ là những hành tinh quay theo quỹ đạo của mặt trời. Bỗng nhiên tôi nhận ra rằng nếu biết kiểm soát toàn bộ thời gian của mình, tất cả các phần khác của cuộc đời tôi sẽ được sắp đặt đúng vị trí. Và quả đúng như vậy.

Trong thực tế, những người có năng lực hay nền tảng học vấn ngang nhau thường tham gia vào cùng một lĩnh vực cạnh tranh có mức độ trách nhiệm công việc và thu nhập tương đương. Tuy nhiên, sau một khoảng thời gian dài, một số người trở nên vượt trội hơn. Thu nhập của họ cao hơn gấp nhiều lần, họ đảm nhiệm những vị trí công việc thách thức hơn, cơ hội thăng tiến nhiều hơn, được mọi người xung quanh tin cậy và nể trọng. Cuộc sống của họ chính là mơ ước của rất nhiều người. Vậy điều gì tạo nên sự khác biệt giữa những người này khi tất cả đều có chung một điểm xuất phát. Đó chính là khả năng sử dụng và quản lý thời gian. Họ biết sắp xếp công việc hiệu quả và tận dụng từng giây phút để làm mọi công việc trong phạm vi trách nhiệm của mình với năng suất cao nhất. Càng chứng minh sự hiệu quả trong cách làm việc của mình, họ càng được cấp trên giao phó nhiều công việc giá trị hơn. Điều này tất yếu sẽ dẫn đến việc tăng thu nhập và cơ hội thăng tiến.

Khi bạn học hỏi và vận dụng các phương pháp quản lý thời gian, các quy luật tổng quát và các nguyên tắc sử dụng thời gian, ngay lập tức bạn xác định được hướng đi đúng và có thể "tăng tốc" trong nghề nghiệp của mình. Bạn sẽ hoàn thành nhiều việc hơn, nhanh hơn trong cả công việc và cuộc sống cá nhân so với trước đây.

Những người thực hành các quy luật quản lý thời gian này cho biết rằng họ đã đạt được những tiến bộ đáng kể trong nghề nghiệp, thu nhập tăng lên và điều đáng ngạc nhiên là họ có nhiều thời gian dành cho gia đình và bè bạn hơn. Các quy luật về quản lý thời gian là vô tận và bất biến. Chúng dành cho tất cả mọi người, ở bất kỳ nơi nào. Khi biết phân bổ các hoạt động của mình hài hòa với những quy luật và nguyên tắc này, bạn sẽ đạt được hiệu quả cao hơn nhiều so với những gì bạn nghĩ.

88

QUY LUẬT RÕ RÀNG

Càng rõ ràng về mục tiêu, càng hiệu quả trong việc thực hiện.

Sự thành công hay hạnh phúc của bạn phần lớn được quyết định bởi sự rõ ràng về những mục tiêu mà bạn hướng đến trong cuộc sống. Sự rõ ràng sẽ định hướng suy nghĩ và hành động của bạn. Những người biết xác định mục tiêu rõ ràng thường gặt hái nhiều thành tựu lớn trong thời gian ngắn hơn so với những người khác. Điều này đúng ở mọi nơi và trong mọi hoàn cảnh thực tế.

Khi rõ ràng về mục tiêu, bạn sẽ biết phân loại nhiệm vụ của mình, đặt ưu tiên cho những việc có thể hỗ trợ mục tiêu, loại bỏ hoặc không dành thời gian nhiều cho những điều không quan trọng. Bạn có thể áp dụng quy trình gồm bảy bước sau nhằm đạt được mục tiêu nhanh chóng và dễ dàng hơn bao giờ hết:

• Quyết định cụ thể và chính xác những gì bạn mong muốn trong từng lĩnh vực khác nhau của cuộc sống.

• Hãy viết cụ thể và chi tiết quyết định của bạn ra một tờ giấy.

• Xác định cụ thể thời hạn thực hiện. Nếu là mục tiêu lớn, hãy chia thành những thời hạn nhỏ và sắp xếp theo trình tự.

• Lập danh sách những hành động, công việc mà bạn nghĩ là mình cần phải thực hiện để đạt được mục tiêu đã thiết lập. Mỗi khi nghĩ ra những công việc mới, hãy bổ sung thêm vào danh sách.

• Hãy sắp xếp các mục trên danh sách của bạn thành một kế hoạch hành động bằng cách đặt chúng theo thứ tự ưu tiên phù hợp.

• Hãy thực hiện ngay những phần việc quan trọng nhất. Điều này vô cùng quan trọng!

• Mỗi ngày, hãy cố gắng thực hiện một phần việc giúp bạn tiến gần đến việc đạt được một hay nhiều mục tiêu quan trọng của mình. Luôn duy trì tinh thần và động lực!

Quy trình bảy bước này thật ra không quá khó khăn để thực hiện, thế nhưng số người thực sự xác định mục tiêu và lập kế hoạch hành động mỗi ngày chưa đến 3%. Và đây cũng là con số đại diện cho những cá nhân thành đạt trong cuộc sống. Bạn hoàn toàn có thể nhanh chóng gia nhập nhóm của những người thành công này khi bắt tay vào việc xác lập mục tiêu và cam kết đề ra kế hoạch thực hiện đến cùng.

Thường xuyên nghiên cứu và xem lại những mục tiêu để đảm bảo chúng vẫn là những mục tiêu quan trọng nhất. Theo thời gian, bạn sẽ bổ sung thêm vào danh sách những mục tiêu mới đồng thời cũng sẽ loại bỏ hay giảm mức độ ưu tiên cho những mục tiêu không còn quan trọng như bạn từng nghĩ.

Bất kể các mục tiêu của bạn là gì, hãy xây dựng thói quên lập kế hoạch thật kỹ lưỡng trên giấy và tiến hành thực hiện chúng hàng ngày. Đây là yếu tố cốt lõi để tối ưu hiệu quả công việc và đạt thành quả cao nhất.

89

QUY LUẬT ƯU TIÊN

Khả năng xác định rõ ràng và chính xác mức độ ưu tiên về thời gian sẽ quyết định chất lượng cuộc sống của bạn.

Kỹ năng quản lý thời gian hiệu quả thể hiện ở việc phân chia thời gian phù hợp với những định mức ưu tiên công việc. Nguyên tắc Pareto nói rằng 20% tổng số công việc của bạn chiếm 80% giá trị của toàn bộ công việc. Giả sử bạn có một danh sách gồm 10 công việc phải làm, thì hai công việc trong số đó sẽ đáng giá hơn tám việc kia cộng lại. Theo nguyên tắc này, để đạt được những mục tiêu lớn, bạn chỉ cần luôn tập trung vào một số ít những công việc đem lại giá trị nhiều nhất cho cuộc đời và sự nghiệp của bạn.

Giá trị hay tầm quan trọng của một công việc có thể đo được bằng cách đánh giá những tác động có thể xảy ra khi bạn thực hiện hoặc không thực hiện công việc đó. Nếu quan trọng, nó sẽ có những tác động mạnh mẽ đối với cuộc đời và sự nghiệp của bạn. Ngược lại, điều không quan trọng sẽ có ít hoặc chẳng mảy may ảnh hưởng đến bạn. Khả năng cân nhắc những hậu quả có thể xảy ra trước khi hành động chính là biểu hiện của một người có tư duy hiệu quả.

Khả năng tự đặt kỷ luật cho bản thân để thực hiện những công việc có thể tạo ra sự khác biệt đáng kể trong cuộc sống chính là phẩm chất quan trọng giúp bạn có được mọi thứ trong tầm tay.

90

QUY LUẬT ĐẾN SAU

Trước khi bắt đầu một điều mới, bạn phải kết thúc một điều cũ.

Có bao giờ bạn thấy rằng mình có quá nhiều việc phải làm trong khi quỹ thời gian lại eo hẹp? Thật sự, với cuộc sống năng động hiện nay, trung bình một người làm khoảng 110% công suất hoặc nhiều hơn. Hầu như bạn chẳng còn chút thời gian rảnh rỗi dành riêng cho bản thân. Thế nhưng, bạn hoàn toàn có thể kiểm soát cuộc sống mình bằng cách ngưng làm những việc không còn giá trị hay không còn quan trọng với bạn nữa để bắt tay vào những công việc mới mẻ hơn.

Khi cuộc sống thay đổi, những ưu tiên cũng sẽ thay đổi theo. Một số điều quan trọng trong một giai đoạn của cuộc đời hay sự

nghiệp của bạn sẽ không còn quan trọng nữa khi bạn chuyển sang một giai đoạn khác của cuộc đời hoặc khi bạn đảm nhận một công việc mới với mức độ trách nhiệm cao hơn.

Hãy liên tục tự hỏi bản thân: "Những công việc nào mà tôi có thể cắt giảm, ủy quyền cho người khác làm thay, hay không tiếp tục làm nữa để dành nhiều thời gian hơn cho những việc quan trọng nhất của mình?".

Để bắt đầu bất kỳ việc gì mới, bạn phải dừng một việc cũ lại. Bạn cần phân tích thời gian của mình thật cẩn thận và dám ngưng lại những việc không còn quan trọng với bạn để thay thế bằng những việc khác. Bạn không thể thực hiện hiệu quả một công việc mới mà không chủ động chấm dứt công việc đang làm.

91

QUY LUẬT TÀI SẢN GIÁ TRỊ NHẤT

Khả năng kiếm tiền chính là tài sản giá trị nhất của bạn.

Tài sản là những gì mang lại dòng tiền ổn định và có thể đoán trước được. Khả năng kiếm tiền của bạn chính là tài sản quý giá nhất mà bạn may mắn được sở hữu. Trong nền kinh tế cạnh tranh, bạn nỗ lực làm việc, vận dụng trí óc và khai thác năng lực của mình để khẳng định giá trị bản thân đồng thời có được mức thu nhập tương xứng. Với mức thu nhập này, bạn có thể đạt được mọi thứ vật chất trong cuộc sống. Dù bạn có thể mất tất cả nhưng nếu bạn vẫn còn duy trì khả năng kiếm tiền của mình ở mức độ cao, bạn sẽ nhanh chóng ổn định cuộc sống và phục hồi khối tài sản của mình.

Đôi khi, bạn cần phải mất cả đời mới có thể phát triển khả năng kiếm tiền như hiện nay. Nhưng đây là một tài sản khấu hao nên bạn phải liên tục duy trì và cải thiện để giữ cho bản thân luôn thực hiện công việc đạt năng suất, chất lượng và hiệu quả.

Kiến thức và kỹ năng là những yếu tố then chốt để vững bước đi lên trong thế kỷ 21. Khả năng kiếm tiền của bạn được tạo nên từ sự kết hợp độc đáo giữa hai yếu tố quan trọng này. Nếu lĩnh vực bạn đang kinh doanh hay làm việc trải qua những thay đổi nhanh chóng thì kiến thức và kỹ năng của bạn cũng sẽ nhanh chóng bị tụt hậu. Bạn phải liên tục cập nhật, bổ sung hoặc thay thế kiến thức và kỹ năng cũ bằng những gì mới mẻ, phù hợp với xu thế mới nếu muốn duy trì khả năng kiếm tiền ở hiện tại hoặc để tiến bước về phía trước.

Những gì bạn nhận được luôn tương xứng với những gì bạn đã bỏ ra hoặc cho đi. Nếu muốn nâng cao mức sống của mình, bạn phải nâng cao khả năng kiếm tiền bằng một quá trình phức tạp và có hệ thống của việc học hỏi và thực hành những kỹ năng và khả năng mới.

92

QUY LUẬT LẬP KẾ HOẠCH

Mỗi một phút lập kế hoạch sẽ tiết kiệm được mười phút thực hiện.

Mục đích của việc hoạch định chiến lược trong một công ty là nhằm tái tổ chức và tái cơ cấu các hoạt động cũng như nguồn lực của công ty để tăng "doanh thu trên vốn đầu tư", tức doanh số thu về trên số tiền đã đầu tư vào hoạt động của công ty. Còn mục đích của việc "lập kế hoạch chiến lược cá nhân" là giúp bạn tăng "kết quả thu về trên sức lực" của bản thân, tức là kết quả thu được từ vốn tinh thần, thể chất, cảm xúc và trí tuệ mà bạn đã đầu tư cho cuộc đời và sự nghiệp của mình.

Mỗi một phút bạn dành ra để lập kế hoạch trước cho các mục tiêu, hoạt động của mình sẽ tiết kiệm cho bạn mười phút làm việc khi bạn tiến hành những kế hoạch đó. Vì thế, việc lập kế hoạch trước cẩn thận sẽ đem lại cho bạn mức hiệu quả cao gấp mười lần từ sự đầu tư về cảm xúc, thể chất và tinh thần.

Bạn chỉ mất khoảng 10 đến 12 phút để lập kế hoạch cho một ngày làm việc. Khoảng thời gian này sẽ tiết kiệm cho bạn 100 đến 120 phút thực hiện, tương đương hai giờ đồng hồ, hoặc 25% năng suất làm việc trong một ngày.

Điều quan trọng đối với việc tăng năng suất cá nhân là bạn phải sử dụng một công cụ hỗ trợ việc hoạch định thời gian hiệu quả. Hầu như bất kỳ phương tiện hoạch định nào cũng có tác dụng nếu bạn đặt ra kỷ luật cho bản thân mình là luôn xem đó như cốt lõi của hệ thống quản lý thời gian. Ngày nay, các thiết bị Palm Pilot (một dạng thiết bị cầm tay) và PDA (thiết bị hỗ trợ cá nhân kỹ thuật số), kết hợp với máy tính cá nhân, có thể giúp bạn lập kế hoạch thời gian của mình hiệu quả hơn.

Bắt đầu bằng một danh sách chính làm nền tảng cho hệ thống hoạch định thời gian. Hãy viết ra mọi thứ bạn cho là mình cần phải làm trong tương lai không xác định. Khi các ý tưởng, mục tiêu, nhiệm vụ và trách nhiệm phát sinh, hãy bổ sung ngay vào danh sách chính. Đừng chủ quan tin vào trí nhớ.

Lập kế hoạch trước cho mỗi tháng bằng cách chuyển các hạng mục phù hợp từ danh sách chính của bạn vào danh sách tháng. Tốt nhất là nên làm việc này vào tuần cuối cùng của mỗi tháng.

Lập kế hoạch trước cho mỗi tuần bằng cách chuyển các hạng mục từ danh sách tháng vào danh sách tuần. Thời điểm tốt nhất là cuối tuần trước đó.

Lập kế hoạch trước cho mỗi ngày bằng cách chuyển các hạng mục từ danh sách tuần vào danh sách ngày và sau đó thêm bất kỳ việc gì khác cần phải làm cho ngày hôm đó. Nên thực hiện việc này vào đêm hôm trước.

Lập kế hoạch cho mọi dự án, cuộc họp và mục tiêu một cách chi tiết trước khi bạn bắt đầu. Chính hành động lập kế hoạch sẽ giúp bạn suy nghĩ tốt hơn và chính xác hơn về mọi việc cần làm. Bạn càng có thói quen suy nghĩ và lập kế hoạch trên giấy, bạn càng thực hiện việc đó nhanh chóng và có hiệu quả hơn khi bắt đầu.

93

QUY LUẬT PHẦN THƯỞNG

Phần thưởng mà bạn nhận được sẽ phụ thuộc vào kết quả làm việc của bạn.

Những gì bạn nhận được luôn tỷ lệ thuận với mức độ hiệu quả khi bạn thực hiện công việc và tính chất khó khăn khi công ty tìm kiếm người thay thế vị trí của bạn. Trong thời đại ngày nay, tài năng luôn được đón nhận và tưởng thưởng xứng đáng. Cách nhanh nhất để có được mức thu nhập nhiều hơn và thăng tiến nhanh hơn trong sự nghiệp là nỗ lực thực hiện công việc xuất sắc hơn về cả số lượng cũng như chất lượng. Bạn hãy tập trung vào thành quả hơn là hoạt động. Thường xuyên đánh giá từng công việc và đảm bảo rằng những gì bạn làm đem lại kết quả cao nhất, nhiều nhất vào bất cứ thời điểm nào. Luôn tự hỏi bản thân: "Mọi người đang kỳ vọng những gì ở tôi?". Hãy làm nhiều hơn mức mà bạn được trả. Cố gắng đi thêm một đoạn đường. Bạn sẽ không bao giờ bị kẹt lại trên dặm đường đi thêm đó.

94

QUY LUẬT LIÊN TỤC

Việc quản lý thời gian hiệu quả cho phép bạn kiểm soát chuỗi sự kiện trong cuộc sống của mình.

Một thái độ tinh thần tích cực, lạc quan và tin tưởng sẽ làm tăng nguồn sinh lực, sức sáng tạo và năng suất, giúp bạn đạt được những kết quả lớn hơn. Thái độ tinh thần tích cực cũng là nguyên nhân làm cho bạn có cảm giác về "ý thức kiểm soát" cuộc đời mình. Ý thức kiểm soát ấy là vấn đề then chốt trong việc đạt tối đa hiệu quả công việc.

Khi có quá nhiều việc phải làm nhưng với nguồn lực thời gian hạn hẹp, bạn sẽ cảm thấy quá tải. Bạn bắt đầu thấy mình đang mất dần khả năng kiểm soát thời gian. Tuy nhiên, quản lý thời gian là công cụ mà bạn có thể sử dụng để kiểm soát chuỗi sự kiện và nhờ đó có thể kiểm soát cuộc sống của bạn.

Bạn hoàn toàn có quyền tự do lựa chọn những hành động của mình. Cuộc sống hiện tại của bạn là kết quả tổng hợp của những lựa chọn và quyết định mà bạn có từ trước đến nay. Nếu không thỏa mãn với bất kỳ lĩnh vực nào trong cuộc sống của mình, bạn có quyền đưa ra những lựa chọn hay quyết định khác tốt hơn cho bản thân. Bất cứ lúc nào bạn cũng đều có thể dừng lại và quyết định thay đổi chuỗi sự kiện trong cuộc đời mình theo một trật tự mới. Bằng cách này, bạn đang tự điều chỉnh cuộc đời bạn theo hướng mà bạn thực sự muốn đi.

95

QUY LUẬT ĐÒN BẨY

Có một số công việc mà nếu trước đó bạn dành thời gian để hoàn tất thì chúng sẽ giúp bạn đạt được kết quả cao hơn so với những công việc khác.

Bạn nên phấn đấu để có được hệ số nhân trong cuộc đời mình. Có một số công việc nếu được bạn thực hiện tốt sẽ tạo bàn đạp hỗ trợ và cải thiện đáng kể cho giá trị bản thân và công ty của bạn. Một hệ số nhân mà bạn có thể tìm ra và sử dụng là "điểm tác động sâu sắc" - một yếu tố có thể có ảnh hưởng mạnh mẽ đến các hoạt động của người khác. Ví dụ, việc quyết định tham gia vào một vụ đầu tư mạo hiểm, quyết định tiến hành thực hiện hay hủy bỏ một hợp đồng nào đó có thể ảnh hưởng đến hoạt động của nhiều người và qua đó tác động đến toàn bộ tương lai của công ty. Vậy, "điểm tác động sâu sắc " của bạn là gì?

Archimedes, một triết gia Hy Lạp có một câu nói kinh điển:

"Hãy cho tôi một đòn bẩy và một điểm tựa, tôi có thể nâng cả trái đất". Những hoạt động nào của bạn có đòn bẩy mạnh để ảnh

hưởng đến các hoạt động của người khác và đến việc sử dụng những nguồn lực khác? Một số hình thức đòn bẩy phổ biến nhất trong kinh doanh là "tiền của người khác", "kiến thức của người khác" và "nỗ lực của người khác."

Tiền của người khác là tiền mà bạn có thể vay mượn để làm đòn bẩy cho các hoạt động kinh doanh, để mua hoặc bán với số lượng nhiều hơn so với việc chỉ đơn thuần dựa vào nguồn lực tài chính riêng có giới hạn của bản thân. Đây là lý do chính để sử dụng tín dụng trong kinh doanh và đầu tư. Do vậy, khả năng tiếp cận và sử dụng đồng tiền của người khác là một trong những yếu tố quan trọng quyết định thành công của bạn.

Kiến thức của người khác là một loại đòn bẩy thứ hai. Khả năng tiếp nhận kiến thức và kinh nghiệm của người khác nhằm có được thông tin và ý tưởng cần thiết để tiến lên phía trước sẽ giúp bạn tạo đòn bẩy cho các nguồn lực của mình cũng như đạt được nhiều kết quả hơn so với một cá nhân cố gắng đạt được kết quả chỉ bằng kiến thức của riêng mình.

Loại đòn bẩy thứ ba, nỗ lực của người khác, chính là thời gian và sức lực của những cá nhân có khả năng, kỹ năng quan trọng mà bạn cần để tối đa hóa hay tạo đòn bẩy cho việc khai thác tài năng cũng như phát triển nguồn lực bản thân.

Bằng cách phát triển khả năng thu hút những nỗ lực, kiến thức và tiền bạc của người khác, bạn có thể đạt được nhiều hơn trong cùng một thời gian so với những ai luôn chỉ phụ thuộc vào nguồn lực của chính mình.

96

QUY LUẬT ĐÚNG THỜI ĐIỂM

Khả năng hành động nhanh hơn người khác có thể là tài sản lớn nhất của bạn.

Trong môi trường làm việc ngày nay, khả năng xác lập thứ tự ưu tiên và thực hiện công việc một cách nhanh chóng, hiệu quả là một trong những kỹ năng quản lý thời gian có giá trị nhất. Bạn cần xây dựng "ý thức làm việc khẩn trương" vì với nhịp sống năng động hiện nay, mọi người thường trở nên thiếu kiên nhẫn, không bằng lòng hay thỏa mãn trước những lời hứa hẹn mà chỉ tin vào kết quả thực tế. Tốc độ và khả năng thực hiện công việc nhanh chóng là những vấn đề thuộc về nhận thức của con người. Một khi bạn đã có thói quen tiến hành công việc nhanh chóng, với tinh

thần đầy trách nhiệm thì các cơ hội và phần thưởng sẽ "hút" về phía bạn ngày càng nhiều.

Những người bận rộn thường làm việc với tốc độ cao hơn một người trung bình. Họ thực hiện được nhiều công việc hơn trong cùng một khoảng thời gian. Bạn cần đặt ra mục tiêu trở thành người thực hiện công việc nhanh nhất tại nơi làm việc. Bắt đầu sớm hơn một chút, làm việc nỗ lực thêm một chút và ở lại trễ hơn thường ngày.

Luôn tận dụng quỹ thời gian làm việc một cách hiệu quả. Hãy xử lý nhanh gọn những công việc nhỏ, cấp bách, sau đó nhanh chóng bắt tay ngay vào công việc khác. Luôn đặt ra tốc độ thực hiện cho bản thân và tăng tốc dần dần. Tránh lãng phí thời gian bằng mọi cách. Đôi khi, tất cả những gì bạn cần để chứng tỏ bản thân và đạt được thành công là khả năng đảm nhận và thực hiện công việc nhanh hơn bất kỳ ai khác.

97

QUY LUẬT THỰC HÀNH

Liên tục thực hành một kỹ năng quan trọng sẽ giảm khối lượng thời gian cần thiết để thực hiện công việc và cải thiện kết quả.

Càng thường xuyên thực hành một kỹ năng quan trọng, bạn sẽ không phải tốn thời gian khi thực hiện một kỹ năng tương tự. Càng thành thạo trong một công việc cụ thể, bạn sẽ càng rút ngắn thời gian để hoàn thành việc đó. Bạn hãy dùng kiến thức để tăng đáng kể kết quả và năng suất của bạn. Dồn các công việc nhỏ lẻ của bạn lại thành từng nhóm cùng loại và tiến hành thực hiện mỗi nhóm công việc ấy trong cùng thời điểm. Càng thực hiện nhiều lần một công việc, bạn càng tốn ít thời gian để thực hiện những việc tiếp theo.

Hãy tận dụng tất cả kinh nghiệm bạn có để có thể vươn tới đỉnh cao trong sự nghiệp. Nếu làm một công việc càng hiệu quả, bạn sẽ làm được càng nhiều công việc như vậy với chất lượng cao hơn và trong một khoảng thời gian ngắn hơn. Sự kết hợp giữa kiến thức và kinh nghiệm sẽ giúp bạn trở thành một trong những người có năng suất và hiệu quả nhất trong công ty.

98

QUY LUẬT ÁP LỰC THỜI GIAN

Không bao giờ có đủ thời gian để làm tất cả mọi việc, nhưng luôn có đủ thời gian để làm những việc quan trọng nhất.

Khi bạn cảm thấy mình đang chịu áp lực để thực hiện công việc theo một thời hạn cụ thể, bạn sẽ tự buộc bản thân mình phải trở nên hiệu quả hơn so với những khi có dư dả thời gian. Theo quy luật Parkinson, công việc luôn được mở rộng ra để lấp đầy thời gian dành cho chúng. Giả sử bạn có cả ngày để chỉ làm một công việc mà có thể hoàn thành trong hai giờ đồng hồ, chắc chắn công việc đó sẽ có xu hướng kéo dài ra từ từ và sẽ chiếm mất của bạn cả một ngày thay vì hai giờ.

Tuy nhiên, quy luật này cũng phản ánh rằng công việc sẽ thu bớt lại để lấp đầy thời gian phân chia cho chúng. Hãy sử dụng quy luật này bằng cách đặt ra những thời hạn cho bản thân và buộc bạn phải hoàn thành công việc sớm hơn. Liên tục phân tích công việc của bạn và tập trung hoàn thành nhiệm vụ quan trọng nhất, nhằm giúp bạn hoàn thành toàn bộ dự án đúng thời hạn, thậm chí trước thời hạn.

Dưới đây là bốn câu hỏi bạn có thể tự vấn mình hàng ngày để luôn tập trung vào những nhiệm vụ quan trọng nhất:

• Những nhiệm vụ nào tôi đang thực hiện đem lại giá trị cao nhất cho công việc chung của mình?

• Phạm vi kết quả công việc chính yếu của tôi là gì? Tôi đã được tuyển dụng để đạt được những kết quả cụ thể nào nhằm đóng góp cho mục tiêu chung công ty?

• Tại sao công ty trả tôi mức lương đó? Tôi cần phải thực hiện cụ thể những công việc gì?

• Công việc nào mà chỉ có tôi mới làm được và khi làm tốt sẽ tạo ra một sự khác biệt thực sự đối với nghề nghiệp và cuộc sống của tôi?

Vào bất cứ thời điểm nào, thường chỉ có một loại công việc thể hiện khả năng sử dụng thời gian của bạn hiệu quả nhất. Bạn cần xác định công việc này và dành toàn tâm toàn ý giải quyết nó thật nhanh chóng và hiệu quả.

99

QUY LUẬT GIẢI QUYẾT TỪNG CÔNG VIỆC

Khả năng bắt đầu và hoàn tất nhiệm vụ quan trọng nhất sẽ quyết định năng suất của bạn nhiều hơn bất kỳ kỹ năng nào khác.

Bạn chỉ có thể đạt hiệu quả công việc tối ưu khi tập trung toàn bộ tâm trí vào một nhiệm vụ quan trọng nhất và kiên trì thực hiện cho đến khi hoàn thành trọn vẹn. Bạn sẽ mất khá nhiều thời gian khi quay trở lại một công việc đang tiến hành nửa chừng. Cho dù bạn là một con người tài năng, hội tụ đủ những năng lực, phẩm chất cần thiết để hoàn thành xuất sắc công việc nhưng nếu bạn không tự khép mình vào kỷ luật để tập trung cho nhiệm vụ quan trọng nhất, bạn sẽ khó có thể làm chủ công việc của mình.

Bạn đã bao giờ tận hưởng cảm giác thành công, đầy phấn khởi, niềm tin dâng trào và nhiệt tình tăng cao khi bạn vừa hoàn tất một công việc phức tạp hoặc khó khăn? Đó chính là lúc bạn đang ở đỉnh cao của chiến thắng. Chặng đường vượt qua càng khó khăn càng làm tăng niềm tự hào và cảm nhận tuyệt vời về năng lực bản thân bạn.

100

QUY LUẬT NĂNG LỰC

Hiệu suất làm việc sẽ tăng lên đáng kể khi bạn thực hiện các công việc quan trọng một cách thuần thục hơn.

Một trong những phương pháp quản lý thời gian có ảnh hưởng mạnh mẽ đối với sự nghiệp của bạn là trở nên xuất sắc khi thực hiện những việc quan trọng nhất. Những năng lực cốt lõi, những kỹ năng chính, những lĩnh vực mà bạn hoàn toàn hiểu rõ và thông thạo đều là những yếu tố quyết định năng suất, mức sống và thành quả mà bạn đạt được trong lĩnh vực của mình.

Thị trường chỉ trả những phần thưởng có giá trị nhất cho những công việc xuất sắc nhất. Vì thế mức độ thành công của bạn phụ thuộc vào khả năng làm được nhiều việc hiệu quả hơn so với người khác. Đây là một câu hỏi quan trọng dành cho bạn: "Kỹ năng nào mà nếu bạn phát huy và tận dụng tối đa sẽ có tác động tích cực nhất đến sự nghiệp của bạn?".

Kỹ năng quan trọng mà bạn yếu nhất quyết định mức độ hiệu quả bạn sử dụng những kỹ năng còn lại. Hãy trung thực với chính mình. Kỹ năng nào bạn thấy mình còn yếu? Kỹ năng nào quyết định tốc độ mà bạn hoàn thành những công việc chính và đạt được các mục tiêu của mình? Kỹ năng nào mà nếu thiếu sẽ ảnh hưởng đến sự phát triển và tiến bộ của bạn?

Theo nguyên tắc 80/20, 80% tổng số lý do khiến bạn không thể tiến bộ nhanh như mong muốn được giải thích bởi việc thiếu 20% các kỹ năng và khả năng quan trọng. Nguyên tắc này cũng nói rằng 80% những điểm hạn chế trong cuộc sống của bạn đều xuất phát từ bản thân bạn. Nói cách khác, 80% tổng số lý do bạn không đạt được các mục tiêu nhanh như mong đợi là vì bản thân bạn thiếu một kỹ năng, khả năng, hoặc phẩm chất nào đó.

Những người không gặt hái được thành công luôn tìm cách biện minh rằng thất bại hay những vấn đề nan giải của họ là do yếu tố khách quan bên ngoài. Trong khi đó, những người đạt kết quả cao luôn tự nhìn lại bản thân và tự hỏi: "Tôi đang có những nhược điểm nào cản trở sự tiến bộ của bản thân?".

Những người thành công luôn xem lại bản thân để tìm ra câu trả lời và giải pháp cho các vấn đề của mình. Những người kém thành công thường chỉ quan tâm đến yếu tố bên ngoài. Theo bạn thì ai sẽ tìm ra giải pháp trước tiên?

Các nguyên tắc quản lý thời gian trình bày trong chương này đã được rất nhiều tổ chức áp dụng và đã chứng minh được tính hiệu quả và thiết thực. Chúng chính là những quy luật cơ bản và mang tính bất biến để bạn quản lý cuộc sống của mình.

Trên thực tế, các quy tắc thành công trong kinh doanh không quá phức tạp và khó hiểu. Chúng thực sự đơn giản, dễ áp dụng và sẽ trở thành của riêng bạn trong phần sự nghiệp còn lại của mình. Để nắm vững những quy luật này, bạn cần hiểu rõ bốn chữ D trong tiếng Anh được trình bày như sau:

Chữ D thứ nhất là Desire - Ước muốn. Đây là điểm xuất phát của mọi thành công trong công việc và cuộc sống. Bạn phải thực sự mong muốn đạt được các mục tiêu của mình. Bạn phải sẵn sàng nỗ lực cần thiết để phát triển những thói quen quản lý thời gian cho đến khi chúng trở thành một phần trong phẩm chất và tính cách của bạn.

Chữ D thứ hai là Decision - Quyết định. Hãy linh động khi cần thiết. Bạn phải ra quyết định rõ ràng rằng bản thân bạn đang thực hành những cách hành xử và thói quen kể trên, cho dù phải mất bao lâu đi nữa.

Chữ D thứ ba là Discipline - Kỷ luật. Đây là phẩm chất quan trọng nhất mà bạn cần có để đạt được thành công và thành tích cá nhân lớn nhất. Với ý thức kỷ luật cá nhân cao, bạn có thể chinh phục

thế giới. Nếu không có nó, khả năng thành công là rất ít.

Chữ D thứ tư là Determination - Quyết tâm. Đây là một phẩm chất quan trọng cho phép bạn vượt qua tất cả những tụt hậu, thất vọng, thất bại tạm thời và mọi trở ngại xuất hiện trên hành trình đến thành công của bạn. Sự quyết tâm, lòng kiên trì của bạn chính là thước đo niềm tin vào bản thân mình.

Không có giới hạn thực sự về những gì bạn có thể đạt được trong cuộc sống của mình, ngoại trừ những giới hạn mà bạn đặt ra cho bản thân, xuất phát từ chính suy nghĩ của bạn.

Lời kết

HÃY BẮT ĐẦU NGAY KHI CÓ THỂ

Vậy là bạn đã đi được một chặng đường dài với 100 quy luật nền tảng để thành công trong cuộc sống và kinh doanh. Và tôi chắc rằng bạn đang có cảm giác phân vân không biết mình nên bắt đầu từ đâu và bắt đầu như thế nào.

Tôi rất tâm đắc với câu nói của Tổng thống Mỹ Theodore Roosevelt: "Hãy làm những gì bạn có thể làm, với những gì bạn có, ngay tại nơi bạn đang đứng". Thật vậy, điều quan trọng nhất trong tất cả mọi điều là bắt tay vào thực hiện bất kỳ ý tưởng nào có thể đem lại hiệu quả cho bạn ngay lập tức. Đừng trì hoãn hay chần chừ. Nếu bạn tin rằng mình có thể cải thiện cuộc sống, công việc hay hiệu quả cá nhân với một bước hành động cụ thể, hãy làm ngay điều đó.

95% hành động của con người được quyết định bởi thói quen, cả thói quen tích cực cũng như tiêu cực. Thói quen là một phản xạ có điều kiện hay một quy tắc của cá nhân trong cuộc sống và kinh doanh. Bạn cần hướng đến việc hình thành các thói quen tốt để tăng cường chất lượng cuộc sống và số lượng phần thưởng mà bạn có được.

Ngay từ thời điểm này, bạn hãy quyết định chính xác những mục tiêu mà bạn thực sự mong muốn trong cuộc sống và viết thành một danh sách theo thứ tự ưu tiên thời gian cụ thể. Bạn đừng quá thận trọng và cân nhắc các yếu tố chi phối, hãy thoải mái viết ra những mục tiêu có trong tâm trí và ước muốn của bạn. Trong danh sách này nên kết hợp những mục tiêu đơn giản có thể thực hiện nhanh chóng và dễ dàng với những mục tiêu dài hạn cần nhiều thời gian và nỗ lực thực hiện.

Đây chính là những mục tiêu khích lệ và tạo nguồn cảm hứng cho bạn. Sau đó bạn lập kế hoạch chi tiết cho từng mục tiêu đồng thời xây dựng cả hệ thống đánh giá kết quả thực hiện. Cuối cùng là cam kết và quyết tâm hành động đến cùng. Những người thành đạt trong cuộc sống luôn nỗ lực xây dựng và phát triển "ý thức khẩn trương" trong tâm trí vì họ hiểu rằng đây chính là yếu tố thúc đẩy hành động. Họ không chờ đợi cơ hội đến mà tự tìm lấy cơ hội cho chính mình. Họ không sống trong suy nghĩ "nếu như" hay "một lúc nào đó, tôi sẽ... " mà là "ngay bây giờ, tôi…". Chính những phẩm chất này đã giúp họ luôn tiến về phía trước trên mọi chiến tuyến, trong mọi tổ chức hay mọi lĩnh vực nỗ lực. Điều này đã làm tôi liên tưởng đến Thomas Edison và câu nói: "Những ai ngồi chờ điều tốt đẹp đến với mình sẽ chỉ có được những gì mà người khác nhanh chân hơn đã bỏ lại". Rõ ràng, khi bạn suy nghĩ, quyết định và hành động dù chỉ với một ý tưởng duy nhất, bạn cũng sẽ vượt xa hơn những người học hàng trăm ý tưởng rồi chẳng thể hiện bất cứ hành động nào.

Càng tiến nhanh, bạn càng học hỏi nhiều kinh nghiệm hữu ích.

Càng tiến nhanh, bạn càng phát triển tư duy và năng lực của mình.

Càng tiến nhanh, càng đi nhiều nơi, gặp gỡ nhiều người, bạn sẽ thấy ngày càng nhiều cánh cửa cơ hội mở ra cho bạn.

Càng tiến nhanh, bạn càng có nhiều niềm tin, tâm huyết và sự tự hào về bản thân.

Càng tiến nhanh, bạn càng trở nên sáng tạo và có khả năng thực hiện công việc hiệu quả và xuất sắc hơn.

Khi tìm hiểu và áp dụng những ý tưởng mới hàng ngày, tâm trí bạn đã hình thành thói quen luôn hướng đến hành động cụ thể. Bạn sẽ chuyển từ "suy nghĩ tích cực" sang "hành động tích cực". Bạn chuyển từ mơ ước và hy vọng sang sự tin tưởng tuyệt đối rằng mình có thể làm mọi việc để đạt được thành công.